



VYSOKÉ UČENÍ TECHNICKÉ V BRNĚ

BRNO UNIVERSITY OF TECHNOLOGY

FAKULTA PODNIKATELSKÁ

FACULTY OF BUSINESS AND MANAGEMENT

ÚSTAV EKONOMIKY

INSTITUTE OF ECONOMICS

**PODNIKATELSKÝ ZÁMĚR ZALOŽENÍ NOVÉ
FIRMY**

THE BUSINESS PLAN OF ESTABLISHMENT NEW COMPANY

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

BACHELOR'S THESIS

AUTOR PRÁCE

AUTHOR

Zuzana Ďurkechová

VEDOUCÍ PRÁCE

SUPERVISOR

doc. Ing. Vojtěch Bartoš, Ph.D.

BRNO 2019

Zadání bakalářské práce

Ústav: Ústav ekonomiky
Studentka: **Zuzana Ďurkechová**
Studijní program: Ekonomika a management
Studijní obor: Ekonomika podniku
Vedoucí práce: **doc. Ing. Vojtěch Bartoš, Ph.D.**
Akademický rok: 2018/19

Ředitel ústavu Vám v souladu se zákonem č. 111/1998 Sb., o vysokých školách ve znění pozdějších předpisů a se Studijním a zkušebním řádem VUT v Brně zadává bakalářskou práci s názvem:

Podnikatelský záměr založení nové firmy

Charakteristika problematiky úkolu:

Úvod
Cíle práce, metody a postupy zpracování
Teoretická východiska práce
Analýza současného stavu
Vlastní návrhy řešení
Závěr
Seznam použité literatury
Přílohy

Cíle, kterých má být dosaženo:

Studentka vypracuje ucelený, realizovatelný podnikatelský záměr na založení společnosti, která bude realizovat společenské akce pro zákazníky.

Základní literární prameny:

FOTR, J. a I. SOUČEK. Podnikatelský záměr a investiční rozhodování. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2005. 356 s. ISBN 80-247-0939-2.

GRASSEOVÁ, M. a kol. Analýza podniku v rukou manažera. 1. vyd. Brno: Computer Press, 2010. 325 s. ISBN 978-80-251-2621-9.

KISLINGEROVÁ, E. a kol. Manažerské finance. 3. vyd. Praha: C. H. Beck, 2010. 811 s. ISBN 978-8-7400-194-9.

KORÁB, V., M. REŽŇÁKOVÁ, J. PETERKA. Podnikatelský plán, Brno: Computer Press. 2007. 216. ISBN 978-80-251-1605-0.

SRPOVÁ, J. a kol. Podnikatelský plán a strategie, Praha: Grada Publishing, 2011. 200 s. ISBN 978-80-247-4103-1.

VEBER, J. a J. SRPOVÁ, Podnikání malé a střední firmy 3. vyd., Praha: Grada Publishing, 2012. 336 s. ISBN 978-80-247-4520-6.

Termín odevzdání bakalářské práce je stanoven časovým plánem akademického roku 2018/19

V Brně dne 28.2.2019

L. S.

doc. Ing. Tomáš Meluzín, Ph.D.
ředitel

doc. Ing. et Ing. Stanislav Škapa, Ph.D.
děkan

Abstrakt

Předmětem bakalářské práce je vypracování podnikatelského záměru na založení nové firmy, zaměřené na uskutečňování společenských akcí a poskytování pohostinských služeb. Práce definuje základní pojmy, cíle, metody, a teoretické poznatky potřebné pro objasnění zpracovávané tematiky, na jejímž základě je vypracován konkrétní podnikatelský plán. V závěru práce je shrnuto zhodnocení efektivnosti investování do konkrétního nápadu prostřednictvím dynamických ukazatelů.

Abstract

The subject of the bachelor thesis is the elaboration of a business plan for the foundation of a new company. The company is focused on the realization of social events and providing hospitality services. The thesis defines basic concepts, objectives, methods, and theoretical knowledge necessary to clarify the subject matter on the basis of which a specific business plan is drawn up. In the conclusion of the thesis, the evaluation of the effectiveness of investing in a particular idea is summarized with the help of dynamic indicators.

Klíčové slová

podnikání, podnikatelský záměr, marketing, SLEPT analýza, Porterova analýza pěti sil, SWOT analýza, finanční analýza

Key words

business, bussines plan, marketing, SLEPT analysis, Porter's five forces analysis, SWOT analysis, financial analysis

Bibliografická citácia

ŘURKECHOVÁ, Zuzana. *Podnikatelský záměr založení nové firmy* [online]. Brno, 2019 [cit. 2019-05-09]. Dostupné z: <https://www.vutbr.cz/studenti/zav-prace/detail/119987>. Bakalářská práce. Vysoké učení technické v Brně, Fakulta podnikatelská, Ústav ekonomiky. Vedoucí práce Vojtěch Bartoš.

Čestné prehlásenie

Prehlasujem, že predložená bakalárska práca je pôvodná a spracovala som ju samostatne.
Prehlasujem, že citácia použitých prameňov je úplná, že som vo svojej práci neporušila autorské práva (v zmysle Zákona č. 121/2000 Zb., o práve autorskom a o právach súvisiacich s právom autorským).

V Brne dňa 10. mája 2019

.....

podpis študenta

Pod'akovanie

Chcela by som sa pod'akovať vedúcemu mojej bakalárskej práce, doc. Ing. Vojtěchovi Bartošovi PhD., za odborné vedenie, jeho cenné rady a venovaný čas. Zároveň ďakujem aj rodine, priateľom a všetkým tým, ktorí mi boli ochotní poskytnúť informácie z podnikateľského prostredia, za ich rady, čas a podporu pri písaní tejto bakalárskej práce.

OBSAH

ÚVOD	11
CIELE PRÁCE, METÓDY A POSTUPY SPRACOVANIA	12
1 TEORETICKÉ VÝCHODISKÁ PRÁCE	14
1.1 Podnikanie, podnikateľ, podnikateľský zámer.....	14
1.2 Podnikateľský plán.....	15
1.3 Požiadavky na podnikateľský plán	16
1.4 Štruktúra podnikateľského plánu	16
1.4.1 Úvodná strana/Titulná strana	17
1.4.2 Zhrnutie.....	17
1.4.3 Charakteristika vlastníka.....	17
1.4.4 Ciele firmy	22
1.4.5 Analýza trhu.....	22
1.4.6 Marketingová stratégia	27
1.4.7 Finančný plán.....	30
1.4.8 Analýza rizík.....	32
1.4.9 Vyhodnotenie projektu	32
2 ANALÝZA SÚČASNÉHO STAVU	35
2.1 Popis podnikateľskej príležitosti, právna forma	37
2.2 Ciele podnikateľského nápadu	39
2.3 SLEPT analýza.....	39
2.3.1 Sociálna oblasť.....	39
2.3.2 Legislatívna oblasť.....	42
2.3.3 Ekonomická oblasť	43
2.3.4 Politická oblasť	45
2.3.5 Technická a technologická oblasť	45

2.4	Porterova analýza	46
2.4.1	Konkurencia (hrozba existujúcej a vznik potenciálnej konkurencie)	46
2.4.2	Substitučné výrobky/služby	47
2.4.3	Dodávatelia	48
2.4.4	Zákazníci	48
2.5	SWOT analýza	51
3	VLASTNÉ NÁVRHY RIEŠENIA	53
3.1	Marketingová stratégia	53
3.1.1	Produkt	53
3.1.2	Cena	54
3.1.3	Miesto (Distribúcia)	54
3.1.4	Propagácia	55
3.2	Finančný plán	55
3.2.1	Zdroje financovania majetku	56
3.2.2	Plánované náklady	57
3.2.3	Otváracia súvaha	61
3.2.4	Plánované tržby	61
3.2.5	Plánovaný výsledok hospodárenia	63
3.2.6	Plánované príjmy a výdaje	65
3.3	Analýza rizík	68
3.4	Vyhodnotenie projektu	69
	ZÁVER	72
	ZDROJE	74
	ZOZNAM POUŽITÝCH SKRATIEK	77
	ZOZNAM GRAFOV	78
	ZOZNAM OBRÁZKOV	79

ZOZNAM TABULIEK	80
ZOZNAM ROVNÍC	81
ZOZNAM PRÍLOH.....	I

ÚVOD

Podnikanie so sebou prináša rôzne riziká, bez ohľadu na to, v ktorej krajine na svete sa rozhodnete podnikat'. Štatistika uvádza, že len približne 8 z 10 firiem prežije prvý rok a piateho roku sa dožije iba polovica z nich. Hovorí sa, že dobrý nápad si ľudia nájdu. Keď však chceme začať podnikat' nestačí len dobrý nápad, ale v prvom rade je potreba sa dôkladne pripraviť. Bez premysleného postupu, by sme iba márnili svoj čas, nevedeli by sme čo robiť, načo sa zamerať, nemali by sme jasnú predstavu toho, čo chceme dosiahnuť, komu je naša služba určená, ako získať financie a podobne.

Vždy som túžila po vlastnom biznise. Preto som sa rozhodla, že moje doterajšie vedomosti, teoretické poznatky a zručnosti využijem a zhrniem práve v bakalárskej práci, podnikateľskom zámere na založenie novej firmy, ktorá by v budúcnosti bola využiteľná ako jedna z možností budúceho povolania po ukončení školy. V dnešnej dobe ľudia čoraz viac využívajú služby, radi trávia svoj voľný čas s priateľmi a blízkymi v prírode, v peknom prostredí, vyhľadávajú miesto na oddych a spoločenské vyžitie. Myslím si, že vybudovanie objektu v dobrej lokalite, spojené s relaxom, pekným prostredím, vychutnaním dobrej kávy, domácich koláčov, rôznych špecialít spoločnosti a využívanie objektu na uskutočňovanie spoločenských akcií by bola vhodná voľba na začatie podnikania.

Vďaka brigádnickej skúsenosti v podobnej oblasti podnikania som mala možnosť získať a nadobudnúť nové, nie len teoretické poznatky, ale aj praktické zručnosti o podnikaní. Zistila som, že byť sám sebe pánom nie je až tak jednoduché ako to znie. Podnikanie nesie so sebou veľkú zodpovednosť, vyžaduje človeka, ktorý je takmer neustále spätý so svojou prácou a je spojené s veľkou mierou rizika. Vyžaduje schopnosť robiť správne rozhodnutia v správnom čase. K predchádzaniu rizika z podnikania, by mal každý podnikateľ ešte pred začatím podnikania vytvoriť podnikateľský plán, ktorý slúži na vytvorenie obrazu o podnikaní. Vypracovanie aktuálneho, prehľadného, reálneho a pravdivého podnikateľského plánu by malo pomôcť podnikateľovi zistiť, či sa do konkrétneho podnikania oplatí investovať, a taktiež tento podnikateľský plán môže slúžiť ako podklad pre získavanie investorov, úverov od bánk, dotácií a podobne.

CIELE PRÁCE, METÓDY A POSTUPY SPRACOVANIA

Podnikateľský zámer nám slúži na to, aby sme mali reálnu predstavu o svojom budúcom podnikaní. V súčasnom podnikateľskom prostredí, kde je veľká konkurencia a čoraz náročnejší zákazník, kedy za svoje peniaze požaduje kvalitné služby a to nielen čo sa týka ponuky gastronómie, ale aj celkového vybavenia prostredia, interiéru a exteriéru, a mnoho iných faktorov, ktoré ovplyvňujú zákazníka, je potrebné venovať veľkú pozornosť vypracovaniu podnikateľského zámeru a stanoviť si jasné ciele.

Hlavným cieľom bakalárskej práce je čo najreálnejšie vypracovanie podnikateľského zámeru na založenie novej firmy, ktorá bude schopná pretrvať v silnom konkurenčnom prostredí, aj keď nebude úplne tradičným reštauračným zariadením.

Z riešenia hlavného cieľa vyplývajú čiastkové ciele:

- analýza makroprostredia s využitím SLEPT analýzy, mikroprostredia prostredníctvom Porterovej analýzy a SWOT analýza interného aj externého prostredia,
- vypracovanie marketingovej stratégie,
- vypracovanie finančného plánu s analýzou rizík,
- výpočet čistej súčasnej hodnoty, vnútorného výnosového percenta, doby návratnosti,
- zhodnotenie efektívnosti podnikania.

Použité metódy a postupy spracovania:

- štúdium odbornej literatúry

Pre vypracovanie danej problematiky som si našťudovala odbornú literatúru, rôzne odborné články a zákony, potrebné k pochopeniu a vypracovaniu tejto témy.

- analýza

Využívaná pri rozbere a rozanalýzovaní získaných informácií. Jednotlivé analýzy boli spracované prostredníctvom SLEPT analýzy, Porterovej analýzy a SWOT analýzy.

- osobné rozhovory

Osobné rozhovory mi tiež veľmi napomohli k zisteniu rôznych skutočností. Využívala som ich v súvislosti s konzultáciou mojej práce s vedúcim práce, s osobami, ktoré pracujú alebo vlastnia podobné zariadenia. Značne mi pomohli rozhovory s vedúcou Hotela

Študent Považská Bystrica, vedúcim a pracovníkmi Koliby Súľov, ktorí mi boli k dispozícii pri riešení praktických vecí.

- syntéza

Spájanie jednotlivých častí do celkov. Na základe analýz jednotlivých častí vytvorenie záverečného zhodnotenia, zhodnotenia efektívnosti, ktoré som v priebehu vypracovania práce zistila.

1 TEORETICKÉ VÝCHODISKÁ PRÁCE

V tejto časti sú definované teoretické pojmy týkajúce sa vypracovania podnikateľského zámeru. Obsahuje základné pojmy spojené s podnikaním, následne je vysvetlená podstata podnikateľského plánu so zvolenou štruktúrou, ktorá je podrobne popísaná.

1.1 Podnikanie, podnikateľ, podnikateľský zámer

Podnikanie predstavuje ekonomickú aktivitu podnikateľov, s cieľom vytvárania ponuky produktov/služieb za účelom tvorby zisku v súlade s princípmi trhového mechanizmu a právneho štátu (Belás, 2014, s. 10).

Podľa znenia § 2 ods. 1 Obchodného zákonníka pojem podnikanie predstavuje činnosť, ktorá musí kumulatívne naplniť všetky charakteristické znaky a to:

- sústavnosť,
- samostatnosť,
- vykonávanie činnosti na vlastnú zodpovednosť,
- vo vlastnom mene,
- za účelom dosiahnutia zisku (Papula, 2015, s. 154).

Nositeľom podnikania je podnikateľ. Pojem podnikateľ sa rozšíril na všetky subjekty vykonávajúce podnikateľskú činnosť. Podnikateľom môže byť fyzická alebo právnická osoba, ktorá je:

- zapísaná v obchodnom registri,
- podniká na základe živnostenského listu,
- podniká na základe oprávnenia podľa osobitných predpisov,
- fyzická osoba, ktorá vykonáva poľnohospodársku činnosť a na jej výkon je evidovaná (Belás, 2014, s. 15).

Podnikateľ vykonáva podnikateľskú činnosť v podmienkach konkurencie, čo znamená, že v rovnakej alebo podobnej činnosti podnikajú aj iní podnikatelia, ktorí na trh môžu kedykoľvek voľne vstupovať. Vstup novej konkurencie na trh je úzko spojený s rizikom pre podnikateľa, predstavuje takzvané trhové riziko, do ktorého patrí napríklad nezáujem trhu o výrobky a služby podnikateľa, nečakaná zmena trhových cien vstupov.

Podnikateľ okrem trhového rizika podstupuje celú radu ďalších rizík:

- finančné riziká,
- výrobné riziká,
- personálne riziká,
- právne riziká,
- bezpečnostné riziká (Belás, 2014, s. 11).

Podnikateľský zámer obsahuje základné zameranie podnikateľských subjektov, určuje ciele podniku a prostriedky na ich dosiahnutie. Podnikateľský zámer je predstava, ktorú sa podnikateľ usiluje naplniť. Ako písomný dokument má podobu podnikateľského plánu.

1.2 Podnikateľský plán

„Podnikateľský plán je písomný dokument, ktorý popisuje všetky podstatné vnútorné a vonkajšie okolnosti súvisiace s podnikateľskou činnosťou“ (Koráb, 2007, s. 11).

Podnikateľský plán je nevyhnutným dokumentom, ktorý konkretizuje podnikateľský zámer. Vytvára sa pred začatím podnikania alebo z dôvodu rozhodnutia sa spraviť už v existujúcom podniku nejaké zásadnejšie zmeny. Vytvorenie podnikateľského plánu slúži k usporiadaniu myšlienok o svojom podnikateľskom nápadе, k zisteniu, koľko finančných prostriedkov k podnikaniu potrebujeme pre zahájenie podnikania, čo všetko je potrebné pred zahájením vykonať, či je náš podnikateľský nápad realizovateľný, akú má budúcnosť, či o konkrétny produkt/službu budú mať naši potenciálni zákazníci záujem, nástroj kontroly a taktiež slúži k prezentovaniu pri získavaní kapitálového posilnenia firmy, či už prostredníctvom bánk, dotácií, investorov, alebo iných inštitúcií (Svobodová, 2017, s. 69).

Pri tvorbe podnikateľského plánu je potrebné vychádzať z podnikateľského zámeru. Vytvorením podnikateľského plánu by podnikateľ mal získať odpoveď na 3 základné otázky:

- kde sa momentálne nachádza,
- kam sa chce dostať,
- ako to chce dosiahnuť (Svobodová, 2017, s. 69).

1.3 Požiadavky na podnikateľský plán

V prvom rade by podnikateľský plán mal byť spracovaný jednoducho, zrozumiteľne, reálne, čo naj dôveryhodnejšie, kvalitne a stručne. Okrem uvedených základných podmienok by mal spĺňať aj nasledovné podmienky, byť:

- **Inovatívny** - poukázať na to, že týmto nápadom prichádzame s niečím unikátnejším, že konkrétny produkt/služba bude uspokojovať požiadavky zákazníkov lepšie, ako doposiaľ konkurencia.
- **Logický a prehľadný** – jednotlivé myšlienky a skutočnosti v podnikateľskom pláne musia na seba nadväzovať, musia byť podložené faktami. Pre lepšiu prehľadnosť by mal obsahovať grafy a tabuľky.
- **Rešpektujúci riziká** – podnikateľský plán je zameraný na budúcnosť. Pre zvýšenie dôveryhodnosti je potreba identifikovať možné riziká a zostaviť návrh opatrení na ich elimináciu (Srpová, 2010, s. 60).

1.4 Štruktúra podnikateľského plánu

Štruktúra a obsah podnikateľského plánu nemá vopred určenú formu žiadnym predpisom. To znamená, že neexistuje typový podnikateľský plán. Podnikateľské plány sa odlišujú účelom, pre ktorý boli vypracované. Podnikateľ si sám dopĺňa a upravuje štruktúru podľa vlastných potrieb (Svobodová, 2017, s. 70).

Pre spracovanie tejto bakalárskej práce som si zvolila nasledujúcu, najčastejšie používanú štruktúru podnikateľského plánu upravenú o vlastné potreby práce:

- Úvodná strana/Titulná strana,
- Zhrnutie,
- Charakteristika vlastníka,
- Ciele firmy,
- Analýza trhu,
- Marketingová stratégia,
- Finančný plán,
- Analýza rizík,
- Vyhodnotenie projektu.

1.4.1 Úvodná strana/Titulná strana

Obsahuje najzákladnejšie informácie o podnikateľskom pláne. Na titulný list sa uvádza:

- názov a logo podnikateľského plánu (pokiaľ už existuje),
- kontaktné údaje,
- sídlo,
- údaje o podnikateľovi a podobne (Srpová, 2011, s. 15).

1.4.2 Zhrnutie

Inými slovami nazývané aj ako Executive summary. Predstavuje jednu z najdôležitejších častí podnikateľského plánu, sú v ňom uvedené hlavné body nášho zámeru. Slúži k prvotnému oboznámeniu sa s nápadom. Mal by byť dobre štruktúrovaný a prehľadný, po jeho prečítaní by mal v čitateľovi vzbudiť zvedavosť, aby si podnikateľský plán prečítal dokonca (Srpová, 2011, s. 16).

Obsahuje:

- stručný popis produktu/služby a jeho konkurenčnú výhodu,
- stručný popis, pre koho sú naše produkty/služby určené, veľkosť trhu,
- spôsob akým budeme zarábať, teda biznis model,
- veľkosť požadovaných finančných zdrojov a odhad ich doby návratnosti.

Aj napriek tomu, že zhrnutie sa nachádza na začiatku podnikateľského plánu, vypracováva sa ako posledné, teda až v dobe, keď máme celý podnikateľský plán hotový (Svobodová, 2017, s. 74).

1.4.3 Charakteristika vlastníka

Táto časť je zameraná na:

- **konkurenčné výhody** - objasnenie v čom spočíva naša podnikateľská príležitosť, je potrebné presvedčiť čitateľa, že pre realizáciu nášho nápadu je najvhodnejší čas, a že pre realizáciu máme najlepšie predpoklady,
- **právnu formu**, ktorú je potrebné si zvoliť pred podnikaním. Predstavuje spôsob, ktorým legislatíva upravuje formálne postavenie podnikateľa. Výber právnej formy je veľmi dôležitý hlavne z pohľadu do budúcnosti.

Právna forma môže mať podobu:

- a) podniku jednotlivca,
- b) obchodnej spoločnosti.

Existujú aj iné špecifické druhy právnych foriem ako štátny podnik alebo družstvo (Právne formy podnikania, ©2005-2018).

a) Podnik jednotlivca

Medzi najčastejšiu formu patrí živnosť, ktorá je na Slovensku upravená živnostenským zákonom (zákon č. 455/1991 Zb.) Podľa tohto zákona je živnosť chápaná ako „*sústavná činnosť prevádzkovaná samostatne, vo vlastnom mene, na vlastnú zodpovednosť, za účelom dosiahnutia zisku alebo za účelom dosiahnutia merateľného pozitívneho sociálneho vplyvu, ak ide o hospodársku činnosť registrovaného sociálneho podniku podľa osobitného predpisu a za podmienok ustanovených týmto zákonom*“ (Zákon č. 455/1991 Zb., ©2010-2018).

Oprávnenie vykonávať živnosť majú FO a PO pokiaľ splnia zákonom stanovené podmienky ustanovené prevádzkovania živnosti, ktoré sú obsiahnuté v § 6 a § 7:

- **všeobecné:** dosiahnutie veku 18 rokov, spôsobilosť na právne úkony, bezúhonnosť, ak tento zákon neustanovuje inak,
- **osobitné:** odborná a iná spôsobilosť, ak tento zákon neustanovuje inak.

Rozlišujeme živnosti:

- podľa požiadaviek na odbornú spôsobilosť – ohlasovacie živnosti, koncesované živnosti,
- podľa predmetu podnikania.

Ohlasovacie živnosti

Môžu byť vykonávané na základe dokladu osvedčenia o živnostenskom oprávnení, ktorý oprávňuje FO alebo PO vykonávať ohlasovaciu živnosť.

Ohlasovacie živnosti sa členia na:

- **remeselné** – vyžaduje sa odborná spôsobilosť získaná vyučením v obore, napríklad zámočníctvo, zlatníctvo,

- **viazané** - osobitne stanovená odborná spôsobilosť pri každej živnosti, napríklad prevádzkovanie autoškoly, masérské služby,
- **voľné** – nepožaduje sa preukázanie odbornej spôsobilosti, napríklad upratovacie služby (Belás, 2014, s. 23).

Koncesované živnosti sa vykonávajú len na základe pridelennej koncesie, napríklad zmenárne, vývoj a výroba zbraní a streliva.

U ohlasovacích živnostiach oprávnenie prevádzkovať živnosť vzniká dňom ohlásenia. Pri koncesovaných živnostiach vzniká dňom doručenia koncesnej listiny (Belás, 2014, s. 23).

Z hľadiska predmetu podnikania členíme živnosti na:

- obchodné živnosti,
- výrobné živnosti,
- živnosti poskytujúce služby (Majdúchová, 2014, s. 133).

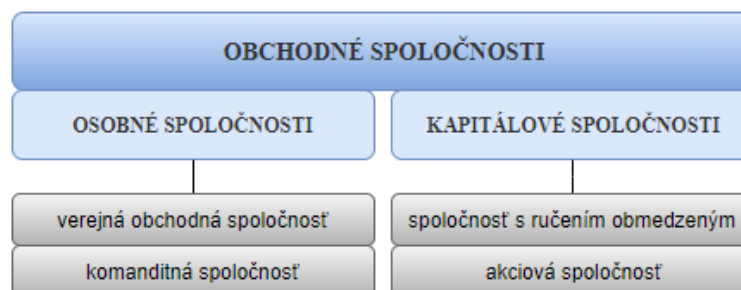
Zánik živnostenského oprávnenia:

- smrťou FO,
- zánikom PO dňom výmazu z OR,
- ak živnostenské oprávnenie bolo vydané na dobu určitú, jej uplynutím,
- na základe rozhodnutia živnostenského úradu (Belás, 2014, s.133).

b) Obchodné spoločnosti sa členia na osobné a kapitálové obchodné spoločnosti.

Tabuľka č. 1: Členenie obchodných spoločností

(Zdroj: Vlastné spracovanie podľa: Podnikajte.sk, ©2005-2018)



Verejná obchodná spoločnosť

Patrí medzi osobné spoločnosti. Zakladá sa podpísaním spoločenskej zmluvy medzi dvomi alebo viacerými spoločníkmi. Môže ju založiť FO aj PO. Nie je stanovený maximálny počet spoločníkov. Verejná obchodná spoločnosť vzniká zápisom do OR. Výška ZI nie je zákonom stanovená, vklad spoločníkov nie je povinný, no môžu sa na ňom dohodnúť. Táto spoločnosť môže byť založená len na podnikateľské účely. Využíva sa predovšetkým pri malom súkromnom podnikaní, kde je riziko neobmedzeného ručenia pomerne malé a kontrolovateľné. Spoločníci za záväzky spoločnosti ručia spoločne a nerozdielne, neobmedzene celým svojím majetkom. Verejná obchodná spoločnosť za záväzky zodpovedá celým svojím majetkom. Na riadení spoločnosti sa môže podieľať každý spoločník, každý má jeden hlas, pokiaľ sa v spoločenskej zmluve neustanoví inak. Zisk, prípadne strata sa delí medzi spoločníkov rovnakým dielom, ak v spoločenskej zmluve nie je určený iný spôsob. Tvorba rezervného fondu nie je povinná. Spoločnosť zaniká vymazaním z OR (Charakteristika verejnej obchodnej spoločnosti, ©2005-2018).

Komanditná spoločnosť

Komanditná spoločnosť je právnická osoba, ktorá podľa zákona musí mať dva typy spoločníkov a to minimálne jedného komanditistu, ktorý za záväzky spoločnosti ručí len do výšky nesplateného vkladu zapísaného v obchodnom registri a minimálne jedného komplementára, ktorý za záväzky spoločnosti ručí oproti komanditistovi neobmedzene, celým svojím majetkom. Komanditista má však povinnosť vložiť do spoločnosti vklad vo výške 250 € a splatiť ho v stanovenom čase určenom spoločenskou zmluvou, inak bez zbytočného odkladu pri vzniku spoločnosti, prípadne po vzniku svojej účasti v spoločnosti. Komanditná spoločnosť vzniká zápisom do obchodného registra, podpísanou spoločenskou zmluvou všetkými spoločníkmi. Zisk tejto spoločnosti, ak spoločenská zmluva neustanovuje inak sa delí podľa Obchodného zákonníka rovnakým dielom medzi komplementárov a komanditistov. Výška zisku u komanditistov sa delí podľa výšky splatených kapitálových vkladov. Na riadení spoločnosti sa podieľajú len komplementári, sú štatutárnym orgánom spoločnosti. Spoločnosť zaniká vymazaním z OR (Majdúchová, 2014, s. 145).

Spoločnosť s ručením obmedzeným

Po živnostiach na Slovensku predstavuje druhú najobľúbenejšiu formu podnikania. Spoločnosť s ručením obmedzeným je právnická osoba a vzniká zápisom do OR na základe spoločenskej zmluvy alebo zakladateľskej listiny v prípade, že je jediný zakladateľ. Patrí medzi kapitálové spoločnosti, ktorej základné imanie tvoria vopred stanovené vklady spoločníkov. Spoločnosť môže založiť minimálne jeden, no maximálne 50 spoločníkov. Základné imanie spoločností sú v minimálnej výške 5 000 €. Výška minimálneho vkladu na spoločníka je 750 €. V prípade, že spoločnosť zakladá jeden zakladateľ, výška základného imania pri zápise do OR musí byť splatená v plnej výške. Ak však spoločnosť zakladá viacero spoločníkov pri zápise do OR musia byť vklady splatené minimálne na 30% v peňažnej forme. Spoločnosť ručí celým svojím majetkom, spoločníci ručia za svoje záväzky len do výšky nesplateného vkladu zapísaného v OR. Orgány s.r.o. tvorí valné zhromaždenie, ktoré je najvyšším orgánom, dozorná rada, ktorá predstavuje kontrolný orgán, jej členom nemôže byť konateľ a štatutárny orgán, ktorý tvoria jeden alebo viacerí konatelia poverení vedením spoločnosti. U spoločnosti s ručením obmedzeným je povinnosťou vytvárať rezervný fond vo výške minimálne 5 % z čistého zisku, nie však viac ako 10 % základného imania. Zisk/strata sa rozdeľuje podľa výšky splatených vkladov spoločníkov. Spoločnosť zaniká ku dňu vymazania z OR (Majdúchová, 2014, s. 151-153).

Akciová spoločnosť

Akciová spoločnosť je forma kapitálovej spoločnosti, ktorú môže založiť jeden zakladateľ (ak je PO) podpísaním zakladateľskej listiny, alebo viacerí zakladatelia podpísaním zakladateľskej zmluvy. Spoločnosť vzniká dňom zápisu do OR. Povinná minimálna hodnota základného imania je vo výške 25 000 €. Základné imanie tvorí určitý počet akcií s určitou menovitou hodnotou. Musí platiť, že súčet menovitých hodnôt akcií je rovná hodnote ZI. Akcia tvorí právo akcionára podieľať sa na riadení spoločnosti, na zisku a pri zrušení spoločnosti likvidáciu na likvidačnom zostatku. Do dňa vzniku musí byť upísaná celá hodnota ZI a splatených minimálne 30 % peňažných vkladov. Pri vzniku je potreba tvorby rezervného fondu vo výške minimálne 10 % základného imania. Na rozdiel od spoločnosti s ručením obmedzeným, akcionári neručia za záväzky spoločnosti. Spoločnosť však zodpovedá za porušenie záväzkov

celým svojím majetkom. Orgány akciovej spoločnosti tvorí valné zhromaždenie akcionárov, predstavenstvo a dozorná rada. Valné zhromaždenie predstavuje najvyšší orgán a môžu sa na ňom zúčastňovať všetci akcionári. Štatutárnym orgánom a.s. je predstavenstvo, ktoré tvorí najmenej traja členovia. Predstavenstvo riadi činnosť spoločnosti a koná v jej mene. Dozorná rada je kontrolným orgánom spoločnosti. Taktiež ako aj predstavenstvo dozornú radu tvoria najmenej traja členovia. Zisk a.s. sa zdaňuje daňou z príjmu PO. Ďalej je spoločnosť povinná zo zisku po zdanení tvoriť rezervný fond. Zvyšná suma zisku sa na základe rozhodnutia valného zhromaždenia rozdelí na dividendy (podiel akcionárov na zisku), tantiémy (podiel členov predstavenstva a dozornej rady na zisku), investície a podobne. Valné zhromaždenie tiež rozhoduje o prípadnom zrušení spoločnosti. Akciová spoločnosť zaniká vymazaním z OR (Majdúchová, 2014, s. 154-165).

1.4.4 Ciele firmy

Ciele firmy by sa v podnikateľskom pláne mali stanoviť približne na 5 rokov, na jeden až dva roky by mali byť konkretizované a mali by byť SMART. Slovo SMART je zložené, zo začiatkových písmen 5 anglických slov a to:

- **Specific** – špecifický,
- **Measurable** – merateľný,
- **Achievable** – atraktívny, akceptovateľný,
- **Realistic** – reálny,
- **Timed** – termínovaný (Srpová, 2011, s. 18).

1.4.5 Analýza trhu

Slúži k preukázaniu, že pre náš nápad existuje trh, ktorý bude mať záujem o naše produkty/služby, a že je dostatočne veľký, aby z neho náš nápad profitoval dostatočne veľké zisky (Svobodová, 2017, s. 81-82).

Pre túto analýzu je v práci využitá analýza:

- makrookolie (SLEPT analýza),
- mikrookolie (Porterova analýza),
- interného a externého okolia (SWOT analýza).

Analýza makrookolía (SLEPT analýza)

Zameriava sa na hodnotenie jednotlivých vplyvov externého prostredia. Skratka SLEPT je tvorená z počiatočných písmen anglických slov. Poprehadzovaním a pridaním ďalších písmen má rôzne varianty ako PESTE(L), SLEPT(E), STEEP(LED) a podobne (Kozel, 2011, s. 45).

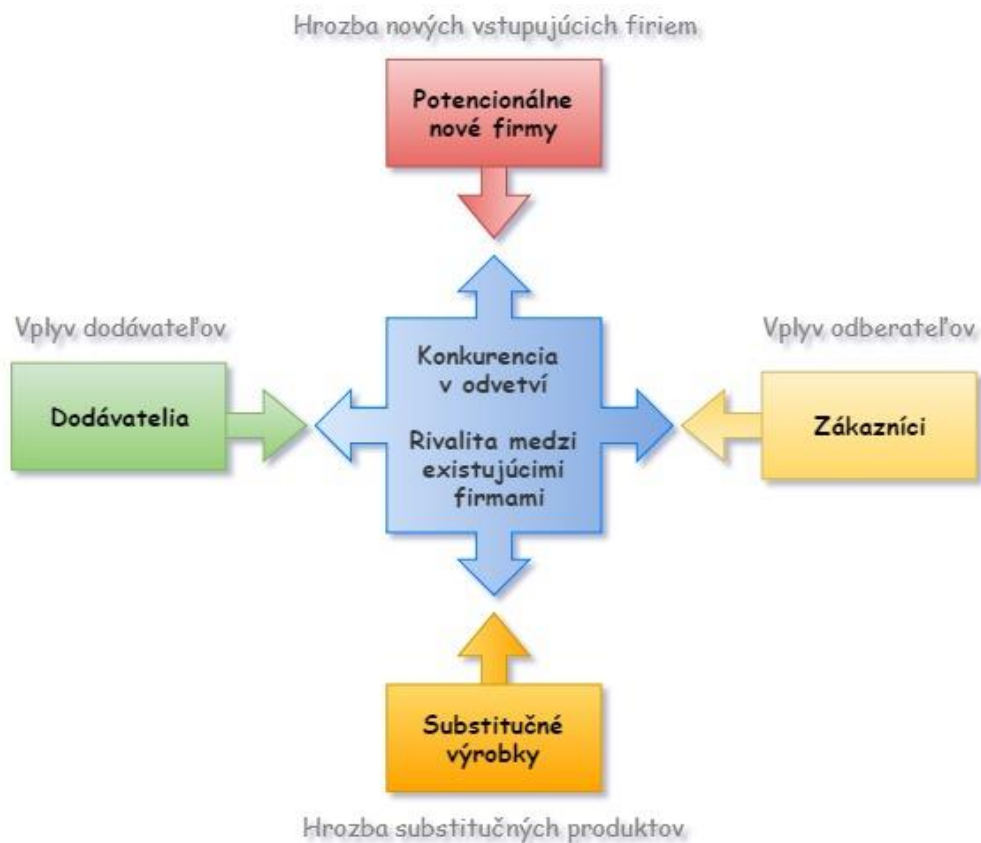
SLEPT analýza sa zameriava na 5 oblastí a to:

- **Sociálnu oblasť (Social)** - týka sa predovšetkým ľudí a ľudskej spoločnosti. Medzi sociálne faktory patrí životná úroveň spojená so zmenami v živnom štýle, úroveň vzdelania, mobilita obyvateľstva, miera nezamestnanosti a iné (Jakubíková, 2013, s. 100).
- **Legislatívnu oblasť (Legal)** – pred začatím podnikania je dôležité zoznámiť sa s legislatívnymi normami, ktorými je podnikateľský nápad obmedzený. Medzi časté legislatívne požiadavky patrí splnenie hygienických požiadaviek, požiarnych, bezpečnostných predpisov a ďalšie (Svobodová 2017, s. 78).
- **Ekonomickú oblasť (Economical)** – skúma stav ekonomiky v danej oblasti. Je dôležité zamerať sa predovšetkým na vývoj HDP, úrokové sadzby, miera inflácie, daňové zaťaženie, cenu práce, priemernú výšku príjmov obyvateľstva, kúpnu silu, ceny konkurencie. Ekonomické faktory ovplyvňujú nákupné zvyky spotrebiteľov (Jakubíková, 2013, s. 100).
- **Politickú oblasť (Political)** – zameriava sa na existujúce a potenciálne pôsobenie politických vplyvov. Skúma politický systém, stabilitu politického systému, obmedzenia a podobne, politické trendy a postoje (Koráb, c2007, s. 49).
- **Technologickú oblasť (Technological)** - pôsobenie technologického a technického vývoju, nových technologických trendov, rýchlosť technologického vývoju a ďalšie (Koráb, c2007, s. 49).

Analýza mikrookolía (Porterova analýza)

Oboznámenie sa s užším okolím podniku, mikroprostredím je pre podnik a jeho formuláciu stratégie veľmi dôležitá. Cieľom analýzy mikroprostredia je skúmanie

a identifikácia konkurencie, ktorá na podnik pôsobí a nejakým spôsobom ovplyvňuje jeho činnosť. K analýze mikroprostredia sa najčastejšie využíva Porterova analýza piatich síl, je vhodná k vyhodnotení strategických príležitostí a hrozby konkurencie (Jakubíková, 2013, s. 103).



Obrázok č. 1: Porterov model piatich síl
(Zdroj: Vlastné spracovanie podľa: Koráb, c2007)

Konkurencia (hrozba existujúcej a vznik potenciálnej konkurencie)

Udáva sa, že analýza konkurencie nebýva požadovanou súčasťou podnikateľského plánu, predovšetkým investori túto analýzu nepovažujú za dôležitú (Svobodová, 2017, s. 87)

Mnoho tvorcov podnikateľského zámeru si myslia, že v danom segmente nemajú konkurenciu. Jedná sa hlavne o takých tvorcov podnikateľského zámeru, ktorí na trh prichádzajú z novými prevratnými produktmi. No i v takomto prípade je potreba počítať s konkurenciou. Častým problémom zakladateľov firiem je, že si neuvedomujú skutočnosť, že určitý problém sa dá vyriešiť mnoho spôsobmi a často o konkurencii ani vôbec nevedia (Srpová, 2011, s. 21).

Rozhodnutie, ako dlho sa zaujímať konkurenčným prostredím je do istej miery ovplyvnené samotným trhom. Existujú obory, v ktorých je konkurencia veľmi vysoká (reštaurácia, maloobchod s potravinami a podobne), a kde by uskutočnenie analýzy konkurencie vyžadovalo veľkú časovú náročnosť a znalosť špecifik každého konkurenta. V konečnom dôsledku takáto analýza by v podnikateľskom pláne priniesla len veľmi malú podstatnú pridanú hodnotu. Preto zmyslom analýzy konkurencie je nájsť príležitosť pre identifikáciu a rozvoj konkurenčnej výhody, ktorá napomáha k odlíšeniu nášho podniku na trhu. Ďalším dôvodom analýzy konkurencie je zistiť, či je potrebné sledovať konkurenčné prostredie, a ako často (Svobodová, 2017, s. 87).

Pri analýze konkurencie si konkurentov rozdelíme na dve skupiny a to na hlavných a vedľajších konkurentov. V ďalšom kroku preskúmame ich prednosti a nedostatky.

Hlavných konkurentov je potrebné vyhodnotiť podľa rôznych kritérií ako napríklad:

- obrat,
- podiel na trhu,
- výrobky, služby zákazníkom,
- zákazníci,
- ceny,
- lokality,
- dostupnosti.

Podľa týchto kritérií môžeme určiť konkurenčnú výhodu jednotlivých konkurenčných firiem (Srpová, 2011, s. 22).

Substitučné výrobky

Predstavujú výrobky, ktoré nahrádzajú produkty firmy, ovplyvňujú ich ceny a s nimi spojené zisky firmy (Kozel, 2011, s. 38).

Dodávatelia

Tvoria ich firmy, organizácie a jednotlivci, ktorí zabezpečujú firmám potrebné zdroje pre výrobu a produkciu služieb. Každá firma má viacej dodávateľov. Prospešnosť firmy do veľkej miery súvisí práve na dodávateľoch. Je dôležité, aby podnik venoval určitý čas a pozornosť práve ich výberu a stanovil si kritéria, podľa ktorých ich bude vyberať.

Medzi dôležité kritéria pri výbere dodávateľov patria: postavenie na trhu, úroveň kvality, komplexnosť, certifikácia, včasnosť, rýchlosť, spoľahlivosť dodávok, ceny, možnosť skladovania, kontraktačné podmienky a podobne (Jakubíková, 2013, s. 104).

Zákazníci

Kľúčovým bodom akéhokoľvek podnikateľského úsilia firmy je zákazník. Bez zákazníka by existencia firmy nebola možná (Zamazalová, 2009, s. 105).

Zákazníkov tvoria spotrebitelia, výrobcovia, obchodníci, štát a zahraniční zákazníci. Ich motivácia ku kúpe je odlišná. Chovanie zákazníka, ako bude v danej situácii reagovať, nemôže nikto vopred s istotou predpovedať. Analýza zákazníkov slúži k odpovedaniu na mnoho otázok týkajúcich sa produktu a trhu. Zisťujú sa faktory ako odhadované ročné nákupy, rast predaja, geografický rozsah, informácie o nákupnom rozhodovaní a podobne. Zákazník sa mení, preto je analýza zákazníka nikdy nekončiacim procesom. (Jakubíková, 2013, s. 105).

Spokojnosť zákazníka závisí na image, ktorý predstavuje vzťah zákazníka k značke firmy alebo produktu a patrí medzi základ spokojnosti zákazníka. Taktiež každý zákazník má o produkte vlastnú predstavu, vnímanú kvalitu produktu, ktorá súvisí nielen so samotným produktom, ale aj so službami spojenými s jeho dostupnosťou. Cena produktu a zákazníkom očakávaným úžitkom z tohto produktu dotvára vnímanú hodnotu produktu. Celková spokojnosť zákazníka je veľmi dôležitá a je potrebné, aby si firma dala záležať na uspokojovaní potrieb zákazníka a naplnení jeho očakávaní (Jakubíková, 2013, s. 105).

Analýza interného a externého prostredia (SWOT analýza)

SWOT analýza sa zameriava na celkové zhodnotenie silných (Strengths) a slabých (Weaknesses) stránok spoločnosti, ich príležitostí (Opportunities) a hrozieb (Threats). Predstavuje nástroj pre monitorovanie vnútorného a vonkajšieho marketingového prostredia (Kotler, 2013, s. 80).



Obrázok č. 2: SWOT analýza
(Zdroj: Vlastné spracovanie podľa: Sun marketing, ©2011-2017)

Kľúčové makroekonomické sily a významné faktory mikroprostredia, ktoré ovplyvňujú dosahovanie zisku musí podnikateľská jednotka neustále sledovať. Z tohto dôvodu by mala vytvoriť marketingový informačný systém, ktorý by slúžil k sledovaniu trendov, zmien a akýchkoľvek príležitostí a hrozby (Kotler, 2013, s. 80).

Príležitosti a hrozby patria medzi vonkajšie vplyvy. Nájsť príležitosti, využiť a profitovať z nich je náročné. Marketingovú príležitosť možno charakterizovať ako potrebu a záujem kupujúcich, na ktorých uspokojenie so ziskom má spoločnosť dobré predpoklady. Ohrozenie prostredia predstavuje nepriaznivý vývoj alebo trend, ktorý by bez marketingovej reakcie viedol k poklesu tržieb alebo zisku (Kotler, 2013, s. 80).

Silné a slabé stránky sú v podstate vnútorné faktory, nad ktorými podnik má určitú kontrolu a môže ich určitým spôsobom ovplyvňovať. Ide o identifikáciu silných stránok podniku, ktoré podnik v tržnom prostredí zvyhodňujú a slabých stránok, ktoré tvoria prekážky v efektívnom rozvoji spoločnosti, a ktoré by mali byť čo najskôr eliminované (Zamazalová, 2009, s. 105).

1.4.6 Marketingová stratégia

Predstavuje stratégiu podniku, ktorá naznačuje, akým spôsobom sa podnik chystá presadiť na trhu oproti konkurencii (Koráb, c2007, s. 82).

Aby sa firma udržala na trhu musí sledovať a analyzovať prostredie, rôzne zmeny v požiadavkách spotrebiteľov, v konkurenčných firmách a snažiť sa prispôbovať svoj marketingový mix týmto zmenám prostredia (Srpová, 2010, s. 191).

Marketingový mix v súčasnej dobe patrí ku kľúčovým pojmom marketingového managementu. Ide o súbor vzájomne prepojených nástrojov, ktoré zahŕňujú všetko, čím môže firma ovplyvňovať dopyt po svojich produktoch/službách. Medzi najznámejší marketingový mix patrí mix skladajúci sa zo 4 nástrojov, ktoré sú označované ako marketingový mix 4P (Foret, 2003, s. 53).



Obrázok č. 3: Marketingový mix
(Zdroj: Vlastné spracovanie)

Medzi najdôležitejší nástroj marketingového mixu patrí **produkt**, pretože tvorí podstatu ponuky firmy na trhu a bezprostredne slúži k uspokojovaniu potrieb zákazníkov. V produkte sa odráža celý podnik. Podnik v rámci tvorby produktu určuje svojím výrobkom určitú kvalitu, obsah, formu a výzor. Produkt je zakúpený zákazníkom k uspokojeniu jeho potrieb a prianí, mal by splniť jeho očakávania a odpovedať svojimi charakterovými vlastnosťami požadovanému úžitku a účelu použitia. Je potrebné vytvárať prvotriedne produkty a neustále ich vylepšovať oproti konkurencii (Jakubíková, 2013, s. 198-199).

Kotler a Armstrong (1992) v analytickom pohľade rozlišujú tri úrovne produktu:

1. Jadro produktu,
2. Vlastný, skutočný alebo reálny produkt – hmatateľný produkt,
3. Rozšírený produkt – obohatený produkt.

Jadro produktu zahŕňa riešenie prianí a problémov zákazníka, naplnenie jeho očakávaní. Z pravidla sa pohybuje v rámci pocitovej oblasti. **Vlastný produkt** je typický súborom vlastností, ktoré zákazník požaduje. Tvorí ho najmä image, design, obal, tvar balenia, kvalita, značka. **Rozšírený produkt** obsahuje dopĺňujúce výhody alebo služby k produktu (Jakubíková, 2013, s. 198-203).

Druhému nástroju marketingového mixu, **cene**, je tiež potrebné venovať veľkú pozornosť. Správne stanovenie ceny pre firmu znamená presnejší odhad tržieb a následne ziskovosť. Stanoviť cenu môžeme pomocou jedného z troch spôsobov alebo ich kombináciou.

Spôsoby stanovenia ceny:

- nákladová,
- konkurenčná,
- zákaznícka.

Medzi najčastejší používaný spôsob stanovenia ceny sa využíva konkurenčný spôsob. Jeho stanovenie je pomerne jednoduché a poskytuje firme určitú mieru konkurencieschopnosti. Spočíva v zistení ceny u konkurencie a podľa nej stanovenie našej ceny. Vzhľadom na to, že nevieme akú maržu (rozdiel medzi predajnou a nákupnou cenou) má nastavená konkurencia, nemusí nám prinášať dlhodobu požadované zisky. Pre stanovenie ceny u produktov/služieb, ktoré na trhu zatiaľ nie sú alebo nemajú inú pridanú hodnotu ako stávajúce produkty, je potrebné urobiť prieskum, akú cenu zákazník očakáva, a za akú cenu bude ochotný zaplatiť. Najrealistickejší, ale zároveň najprepracovanejší spôsob určovania ceny je nákladový. Podstata tohto spôsobu určovania ceny spočíva v premietnutí si všetkých nákladov spolu s maržou do konečnej ceny. Potrebné je však určiť, k akej jednotke budeme cenu vzťahovať. Najčastejšie sa táto cena vzťahuje k produktu alebo skupine produktov (Svobodová, 2017, s. 94).

Distribučná cesta predstavuje spôsob presunu produktu od výrobcu, poskytovateľa služieb ku konečnému zákazníkovi. Správnu organizáciou a fungovaním distribučných ciest je určovaná pestrosť, kvalita a veľkosť sortimentu tovaru.

V marketingovom chápaní k základným vlastnostiam distribúcie patrí:

- **Fyzická distribúcia**, ktorá zahrňuje prepravu tovaru, jeho skladovanie, riadenie zásob tak, aby bolo možno vždy uspokojiť existujúci dopyt.
- **Zmenu vlastníckych vzťahov** umožňuje prispôbiť sa požiadavkám kupujúcim.
- **Sprievodné a podporné činnosti** napríklad marketingový výskum, zaistenie propagácie tovaru (Foret, 2003, s. 139).

Pravdepodobne najviditeľnejšiu zložku marketingového mixu tvorí **propagácia**, teda komunikačná politika, ktorá vo firme plní mnoho cieľov. V podniku zastáva dôležitú rolu, je prostriedkom poskytovania informácií o danom produkte/službe, o jej kvalite, vlastnostiach, spôsoboch poskytovania, vytvárania pozitívnych postojov a preferencií k danej firme.

Uvádza sa, že komunikačná politika firmy sa vytvára prostredníctvom viacerých zložiek komunikačného mixu, medzi ktoré patrí:

- Reklama,
- Podpora predaja,
- Public relations (vzťahy s verejnosťou),
- Osobný predaj,
- Priamy marketing (Srpová, 2010, s. 219).

1.4.7 Finančný plán

Slúži k zisteniu, či sa nápad vyplatí realizovať. Z ekonomického hľadiska ukazuje realnosť podnikateľského zámeru. V prípade začínajúcej firmy je potrebné si uvedomiť, že na založenie firmy sú potrebné finančné prostriedky na obstaranie dlhodobého majetku, obežného majetku a prostriedky potrebné k zahájeniu podnikateľskej činnosti do doby, pokiaľ firma dosiahne prvé tržby. Výstupom finančného plánu je predovšetkým zakladateľský rozpočet, plánovaná súvaha, plán nákladov a výnosov, plán peňažných tokov (cash flow). Ďalej môže obsahovať výpočet bodu zvratu, hodnotenie efektívnosti investícií a podobne (Srpová, 2011, s. 28).

K tomu, aby podnikateľ minimalizoval riziko možného neúspechu z podnikania už na začiatku podnikateľskej činnosti, je dobré pripraviť zakladateľský rozpočet. Pohľad na majetok a zdroje financovania majetku podniku poskytuje súvaha (bilancia) podniku.

Súvaha na strane aktív podáva prehľad o štruktúre majetku a na strane pasív zobrazuje spôsob financovania tohto majetku. Strana pasív obsahuje dôležité informácie o výsledku hospodárenia podniku (Knápková, 2010, s. 21).

Tabuľka č. 2: Súvaha v skrátenom rozsahu

(Zdroj: Vlastné spracovanie podľa: Koráb, c2007)

AKTÍVA		PASÍVA	
A.	Pohľadávky za upísané vlastné imanie	A.	Vlastné imanie
B.	Dlhodobý majetok (Neobežné aktíva)	A.I.	Základné imanie
B.I.	Dlhodobý nehmotný majetok	A.II.	Ážio a kapitálové fondy
B.II.	Dlhodobý hmotný majetok	A.III.	Fondy tvorené zo zisku
B.III.	Dlhodobý finančný majetok	A.IV.	Výsledok hospodárenia minulých rokov
C.	Obežný majetok (Obežné aktíva)	A.V.	Výsledok hospodárenia bežného účtovného obdobia
C.I.	Zásoby	B.	Cudzie zdroje
C.II.	Pohľadávky	B.I.	Rezervy
C.III.	Finančný majetok	B.II.	Závazky
C.IV.	Peňažné prostriedky	B.III.	Bankové úvery a výpomoci
D.	Časové rozlíšenie	C.	Časové rozlíšenie
AKTÍVA SPOLU		= PASÍVA SPOLU	

Tvorba výsledku hospodárenia za aktuálne účtovné obdobie je konkretizovaná **vo výkaze zisku a strát**. Obsah účtovného výkazu zisku a strát tvoria výnosy, náklady a výsledok hospodárenia. Výsledok hospodárenia podniku predstavuje rozdiel medzi celkovými výnosmi a celkovými nákladmi podniku. Výsledkom hospodárenia môže byť buď zisk, alebo strata (Knápková, , 2010, s. 36).

Súvaha zobrazuje stav majetku a zdrojov krytia k určitému okamžiku. Výkaz zisku a straty zachytáva rôzne kategórie výnosov, nákladov a zisku v období ich vzniku, bez ohľadu na to, či v danom období vznikli reálne peňažné príjmy alebo výdaje. Z tohto dôvodu dochádza k časovému a obsahovému nesúladu medzi výnosmi a príjmami, nákladmi a výdajmi, ziskom a stavom peňažných prostriedkov. Na odstránenie tohto problému sa využíva sledovanie **cash flow**. Podstatou sledovania cash flow je zmena stavu peňažných prostriedkov (Knápková, , 2010, s. 36 - 46).

Tabuľka č. 3: Účtovné výkazy

(Zdroj: Vlastné spracovanie podľa: Knápková, 2010)

Súvaha Majetok = kapitál	Výkaz ziskov a strát Výnosy - náklady = zisk/stráta	Cash flow Príjmy - výdaje = cash flow
------------------------------------	---	---

1.4.8 Analýza rizík

Riziko možno charakterizovať ako negatívnu odchýlku od cieľa, spojené s nepriaznivými dopadmi na firmu. Analýza rizík okrem poukázania na možné rizika poslúži aj na prípravu opatrení, ktoré sú nutné vykonať v prípade, že daná riziková situácia nastane (Srpová, 2010, s. 66).

Pre analýzu rizík je vhodné urobiť si prehľad možných rizík pre firmu. Následne si tieto rizika roztriediť podľa podobnosti, napríklad riziko spojené s dopytom a zákazníkmi, riziká spojené so zamestnancami, vonkajšie riziká, rizika spojené s dodávateľmi a podobne. Podľa toho, akú významnosť podľa miery škody, ktoré môže dané riziko spôsobiť a pravdepodobnosti, s akou môže toto riziko nastať, ku každému riziku môžeme priradiť jeho váhu. Dôležitou súčasťou analýzy rizík je uvažovať, ako týmto rizikám predchádzať, poprípade ako znížiť ich možný dopad. Medzi opatrenia k zníženiu rizík patrí pravidelné kontrolovanie nastávajúcich situácií, napríklad zmien v legislatíve, konkurenčného prostredia, zamestnancov a iné. Pre zníženie dopadu rizík sa taktiež často využíva poistenie (Svobodová, 2017, s. 101).

1.4.9 Vyhodnotenie projektu

Zastáva dôležitú časť podnikateľského plánu, na základe ktorej môže podnikateľ vyhodnotiť, či je nápad efektívny, rentabilný alebo kedy sa vrátia podnikateľovi vynaložené finančné prostriedky. Pre zistenie úspešnosti projektu je potrebné vybrať si vhodné ukazovatele v závislosti charakteru projektu. Rozlišujeme statické a dynamické metódy hodnotenia efektívnosti investícií. Statické metódy nerešpektujú faktor času, z hľadiska kalkulácie sú jednoduché, výsledky sú ľahko interpretovateľné, zatiaľ čo dynamické metódy sú na výpočet komplikovanejšie, ale rešpektujú jeden zo základných princípov ekonomického rozhodovania, časovú hodnotu peňazí. Medzi najčastejšie používané ukazovatele patrí:

- Čistá súčasná hodnota,
- Vnútorne výnosové percento,
- Doba návratnosti (Svobodová, 2017, s. 103).

Čistá súčasná hodnota (Net Present Value)

Patrí medzi dynamické metódy, pre ktoré je charakteristické, že neprehliadnuteľnou skutočnosťou pracujú s uvažovaním časovej hodnoty peňazí. Dynamické metódy sú v každom prípade realistickejšie ako metódy statické, ktoré nezahŕňujú pri výpočtoch zohľadnenie časovej hodnoty peňazí (Kalouda, 2011, s.75)

Čistou súčasnou hodnotou sa chápe rozdiel medzi diskontovanými peňažnými príjmami z investičného projektu a kapitálovými výdajmi, ktoré sú nutné pre realizáciu projektu. Ide o výpočet reálneho výnosu z investície (z projektu) po N rokoch životnosti. Prijateľné sú iba tie projekty, ktoré zabezpečujú minimálne požadovanú výnosnosť, to je $\text{ČSH} \geq 0$ (Koráb, c2007, s. 175).

Vzorec výpočtu ČSH

$$\text{ČSH} = \sum_{t=1}^N \frac{CF_t}{(1+i)^t} = \sum_{t=1}^N \frac{P_t}{(1+i)^t} - KV$$

Rovnica č. 1: Čistá súčasná hodnota

Zdroj: (Koráb, c2007)

ČSH - čistá súčasná hodnota v €,

CF_t - plán cash-flow z investičného projektu v jednotlivých rokoch v €,

P_t - príjem z investície v jednotlivých rokoch životnosti v €,

KV - kapitálový výdaj v €,

N - doba životnosti investičného projektu,

t - jednotlivé roky životnosti investičného projektu,

i - požadovaná výnosnosť investičného projektu v tvare indexu.

Vnútorne výnosové percento

Vnútorne výnosové percento (Internal rate of return) vyjadruje skutočnú mieru výnosnosti projektu, získanú z plánovaných príjmov a kapitálových výdajov. Je založená na výpočte ČSH a predstavuje jej výnosovú mieru, pri ktorej sa diskontované príjmy rovnajú kapitálovým výdajom. Ide teda o takú výnosovú mieru, pri ktorej sa ČSH=0, to je to i, pri ktorom platí:

$$\sum_{t=1}^N \frac{P_t}{(1+i)^t} - KV = 0$$

Rovnica č. 2: Čistá súčasná hodnota rovná nule
Zdroj: (Koráb, c2007)

K výpočtu VVP je možné použiť niekoľko postupov. **Môže sa vypočítať:**

- iteratívnym postupom (postupným dosadzovaním),
- na základe jednoduchej lineárnej interpolácie,
- s využitím finančných funkcií v kalkulačke alebo v Exceli.

Pri voľbe výpočtu lineárnej interpolácie je predpokladom použitia odhad dvoch mier výnosnosti tak, aby pre prvú výnosovú mieru (nižšiu) bola ČSH kladná, pre druhú výnosovú mieru (vyššiu) záporná (Koráb, c2007 , s. 175).

$$VVP = i_n + \frac{\check{C}SH_n}{\check{C}SH_n - \check{C}SH_v} \times (i_v - i_n)$$

Rovnica č. 3: Vnútorne výnosové percento
Zdroj: (Koráb, c2007)

Legenda:

VVP – vnútorne výnosové percento,

I_v -vyššia hodnota požadovanej výnosnosti,

I_n – nižšia hodnota požadovanej výnosnosti,

ČSH_v -čistá súčasná hodnota projektu pri vyššej diskontnej miere (záporná),

ČSH_n – čistá súčasná hodnota projektu pri nižšej diskontnej miera (kladná).

Doba návratnosti

Doba návratnosti udáva počet rokov, ktoré sú potrebné na to, aby sa podnikateľovi vrátil investovaný kapitál.

$$KV = \sum_{t=1}^{DN} \frac{P_t}{(1+i)^t}$$

Rovnica č. 4: Doba návratnosti
Zdroj: (Koráb, c2007)

DN- doba návratnosti investičného projektu.

2 ANALÝZA SÚČASNÉHO STAVU

V tejto časti bakalárskej práce budú po získaní teoretických poznatkov využité konkrétne postupy spracovania analýzy súčasného stavu. Na základe zvolenej štruktúry podnikateľského plánu charakterizujem podnikateľskú príležitosť, ciele podnikateľského nápadu, uskutočním vybrané analýzy pre zistenie podrobnejšieho skúmania prostredia, kde bude využitá k analýze makroprostredia SLEPT analýza, k analýze mikroprostredia Porterova analýza a k celkovej analýze prostredia využijem SWOT analýzu. Táto časť bude tiež obsahovať titulnú stranu a exekutívny súhrn.

Obchodné meno: Hill stone, s.r.o.

Právna forma: spoločnosť s ručením obmedzeným

Sídlo: 017 05 Považská Bystrica-Považská Teplá, Slovensko

Predmet činnosti:

- sprostredkovateľská činnosť v oblasti služieb,
- výroba potravinárskych výrobkov,
- poskytovanie služieb rýchleho občerstvenia v spojení s predajom na priamu konzumáciu,
- prevádzkovanie výdajne stravy.

Konateľ: Zuzana Ďurkechová

Spoločník: Ing. Tomáš Ďurkech

Základné imanie: 125 000 €

Dátum vzniku spoločnosti: 01. 07. 2020



Obrázok č. 4: Logo spoločnosti
(Zdroj: Vlastné spracovanie)

Exekutívny súhrn

Spoločnosť Hill stone, s.r.o. bude predstavovať novo vybudovaný objekt v Manínskej tiesňave, nachádzajúcej sa neďaleko Považskej Bystrice. Nápad vybudovania spoločenského objektu práve v tejto lokalite vznikol z dvoch hlavných dôvodov:

1. Okolie Považskej Bystrice je známe nedostatkom spoločenských priestorov na uskutočňovanie väčších spoločenských akcií: oslavy, firemné večierky, plesy, svadby a podobne.
2. Manínska tiesňava je známa krásnou skalnatou prírodou, navštevovanou mnohými turistami, cyklistami, motorkármi a horolezcami. V súčasnosti disponuje veľmi nízkou ponukou v oblasti reštauračných služieb, najmä počas letných mesiacov, kedy je návštevnosť vysoká a poskytovaním služieb v bare by mala naša spoločnosť pokryť nedostatok týchto služieb.

Spoločnosť Hill stone, s.r.o. bude predstavovať veľkú, dizajnovu zaujímavú halu z prírodných materiálov, tak aby nenarúšala ráz prírody. Pre uskutočnenie spoločenských akcií bude k dispozícii malý salón (kapacita 50 osôb) a veľká sála s možnosťou kapacity až 200 osôb. V malom salóne sa bude nachádzať bar, ktorý bude slúžiť návštevníkom Manínskej tiesňavy na oddych v príjemnom prostredí s vychutnaním si kvalitnej kávy, nápojov, domácich koláčov a rôznych špecialít spoločnosti, ktoré budeme prispôbovať podľa potrieb zákazníkov. Zákazníci budú môcť využívať taktiež doplnkové služby WiFi pripojenie, možnosť zahrať si spoločenské hry a pod.

Z dôvodu časovej a finančnej náročnosti v prvých rokoch podnikania nebudeme disponovať vlastnou kuchyňou a k zabezpečeniu jedál na akcie budeme využívať cateringové služby.

Spoločnosť Hill stone, s.r.o. sa bude od konkurencie odlišovať typom priestoru a prostredím, na ktorom podľa dotazníkového prieskumu v dnešnej dobe ľuďom čoraz viac záleží a za prostredie, v ktorom sa budú príjemné cítiť sú ochotní si priplatiť. Sme mladý, ambiciózny tím, ktorý ide s dobou, budeme sa snažiť vyhovieť všetkým požiadavkám a návrhom zákazníkov a pristupovať k budúcim zákazníkom príjemne, priateľsky a individuálne. K prilákaniu čo najväčšieho množstva zákazníkov budeme využívať hlavne internet, konkrétne sociálne siete: facebook a instagram, prostredníctvom ktorých je možné v dnešnej dobe osloviť jednoduchým spôsobom široké spektrum ľudí.

V rámci podnikateľského plánu bol spracovaný finančný plán spoločnosti v troch verziách: optimistická, realistická a pesimistická. Pre zistenie úspešnosti projektu boli využité vybrané dynamické ukazovatele, na základe ktorých bolo zistené, že do daného podnikania sa vyplatí investovať za podmienok poskytnutia nenávratných finančných prostriedkov (dotácie), ktorá je zohľadnená v optimistickej variante, kde ČSH = 124 848 € a VVP = 40,449 %. V tomto prípade by sa investícia navrátila už koncom tretieho roka podnikania. V prípade realistickej verzie sú počiatočné náklady vysoké ide o investíciu dlhšej návratnosti a v prípade pesimistickej verzie sa do danej investície neoplatí investovať.

2.1 Popis podnikateľskej príležitosti, právna forma

Podnikateľský zámer je zameraný na založenie spoločenského objektu s podnikateľským názvom Hill stone, s.r.o., v Manínskej tiesňave, národnej prírodnej rezervácii, nachádzajúcej sa v blízkosti obce Považská Teplá, ktorá je súčasťou mesta Považská Bystrica. Manínska tiesňava, bola v minulosti veľmi obľúbeným a vyhľadávaným miestom nielen slovenskými, ale aj zahraničnými turistami. Vyznačuje sa bizarnými skalnými útvarmi a vzácnou faunou a flórou, ktorá je navštevovaná hlavne z dôvodu tejto krásnej skalnatej prírody, využívanej na horolezectvo, prechádzanie úzkymi cestami prírody preferované turistami a cyklistami. Nachádza sa tu najužší vápencový skalný kaňon na Slovensku, ktorý je zapísaný v slovenských rekordoch. Steny, ktoré úzku dolinu zvierajú sú miestami vysoké až 400 metrov. V mieste vybudovania spoločenského objektu sa začína aj náučný chodník naprieč Manínskou tiesňavou, cez obec Zásكالie až do Kostoleckej tiesňavy, ktorá je od Manínskej tiesňavy vzdialená len 2 km. V Kostoleckej tiesňave dominuje Veľký skalný previs nazývaný “Strecha Slovenska”. Náučný chodník pokračuje smerom na Súľovské skaly, ktoré sú u turistov taktiež veľmi obľúbeným a často navštevovaným miestom.

V súčasnosti Manínska tiesňava disponuje veľmi malými príležitosťami spoločenského využitia turistov a návštevníkov tejto oblasti. Preto som sa rozhodla moju bakalársku prácu zamerať na založenie spoločnosti, ktorá by predstavovala veľký, dizajnovo zaujímavý spoločenský priestor slúžiaci na rôzne spoločenské akcie ako oslavy, svadby, stužkové slávnosti, plesy, firemné posedenia, ktorého súčasťou priestoru bude malý bar

kaviarenského typu s kapacitou 50 osôb, kde si potenciálny zákazník bude môcť vybrať z ponuky kvalitnej kávy a rôznych miešaných či už nealkoholických, alebo alkoholických nápojov a špecialít zariadenia, napríklad domáce koláče, ovocné a zeleninové šaláty, zmrzlinové poháre a výrobky studenej kuchyne. Zo začiatku sa predpokladá, že priestor bude využívaný počas víkendov, sviatkov a prázdnin.

Právna forma podnikania

Na základe zhodnotenia jednotlivých foriem podnikania, popísaných v teoretickej časti práce, naša spoločnosť bude fungovať ako spoločnosť s ručením obmedzeným. Hlavný dôvod výberu s.r.o. je obmedzené ručenie, oddelenie osobného a firemného majetku.

Zakladanie spoločnosti s ručením obmedzeným je spojené s veľkým množstvom povinností a dokumentov:

- výberom obchodného mena,
- výberom sídla, predmetov podnikania, konateľov,
- vypracovaním zakladateľských dokumentov – potreba overenia notárom alebo na matrike,
- písomným vyhlásením správcu vkladu,
- získaním živnostenského oprávnenia,
- vyžiadaním súhlasu správcu dane a súhlasu Sociálnej poisťovne,
- zápisom do obchodného registra,
- registráciou na daňovom úrade.

Pre založenie s.r.o. je výhodnejšie využiť služby profesionálov, ktorí disponujú elektronickým podpisom, potrebnými programami, skúsenosťami a ušetriť tak čas, predísť riziku pri zakladaní a dokonca ušetriť aj peniaze.

Preto sme sa aj my rozhodli, že pre založenie využijeme jednu z ponúkaných firiem, ktoré sa založením s.r.o. zaoberajú profesionálne. Tieto firmy disponujú tzv. zaručeným elektronickým podpisom a softvérom na elektronické podpisovanie dokumentov, môžu podať žiadosť o zápis do OR SR elektronicky, kde je výška súdneho poplatku polovičná v sume 150 €. Ďalšia výhoda v elektronickom zaslaní je u podávania žiadosti o živnostenské oprávnenie, kde je táto žiadosť zadarmo. V papierovej forme sa platí za každú podanú voľnú živnosť kolok vo výške 5 €.

2.2 Ciele podnikateľského nápadu

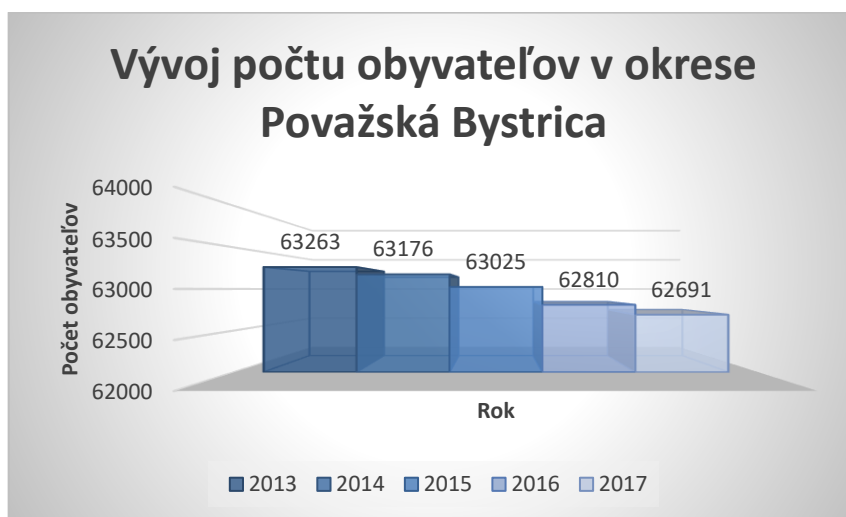
Hlavným cieľom podnikateľského nápadu je vybudovať ziskovú spoločnosť, zameranú predovšetkým na realizáciu spoločenských akcií. Táto spoločnosť bude na začiatku podnikania spoločníkom slúžiť ako vedľajší zdroj príjmu popri hlavnom zamestnaní. V ďalších rokoch sa bude spoločnosť zameriavať na zvýšenie povedomia prostredníctvom rôznych marketingových aktivít, získanie dostatočného množstva potenciálnych zákazníkov, vytvorenie dobrého mena, postupné zväčšovanie ponúkaných produktov a služieb, príjem nových zamestnancov, zvýšenie objemu príjmov a spoločníkom v prípade zisku bude slúžiť ako hlavný zdroj príjmu.

2.3 SLEPT analýza

Za kľúčové súčasti makrookolie možno označiť oblasti sociálne, legislatívne, ekonomické, politické, technické a technologické, ktorých začiatkové písmena označujú tzv. SLEPT analýzu. Každá z týchto oblastí zahŕňa radu ďalších faktorov, ktoré ovplyvňujú firmu (Srpová, 2010, s. 131).

2.3.1 Sociálna oblasť

Predstavuje oblasť, ktorá je charakterizovaná spoločnosťou, jej štruktúrou, sociálnou skladbou obyvateľstva, zmenami životného štýlu, spoločenskými a kultúrnymi zvykmi (Srpová, 2010, s. 131).



Graf 1: Vývoj počtu obyvateľstva okresu Považská Bystrica v rokoch 2013-2017
(Zdroj: Vlastné spracovanie podľa: Štatistický úrad SR, 2018)

Aj keď Považská Bystrica sa označuje ako 13. najväčšie mesto Slovenska, z grafu vývoja počtu obyvateľov v okrese Považská Bystrica možno vidieť, že u uvedených 5 rokoch sledovania dochádza k poklesu obyvateľstva. V priebehu piatich rokoch sa počet obyvateľov teda znížil o 572 obyvateľov. Treba však poznamenať, že k najväčšiemu úbytku došlo v roku 2016, kedy tento pokles predstavoval až 37,59 %, v roku 2017 sa tento pokles znížil o 16,79 %. V prípade pokračujúceho klesajúceho trendu vývoja počtu obyvateľstva by táto situácia mohla mať nepriaznivý vplyv na atraktivitu využitia spoločenského objektu.

Z pohľadu vekového rozboru obyvateľstva okresu Považskej Bystrice priemerný vek oboch pohlaví je 41,07 rokov. Obyvateľstvo možno rozdeliť do troch častí na:

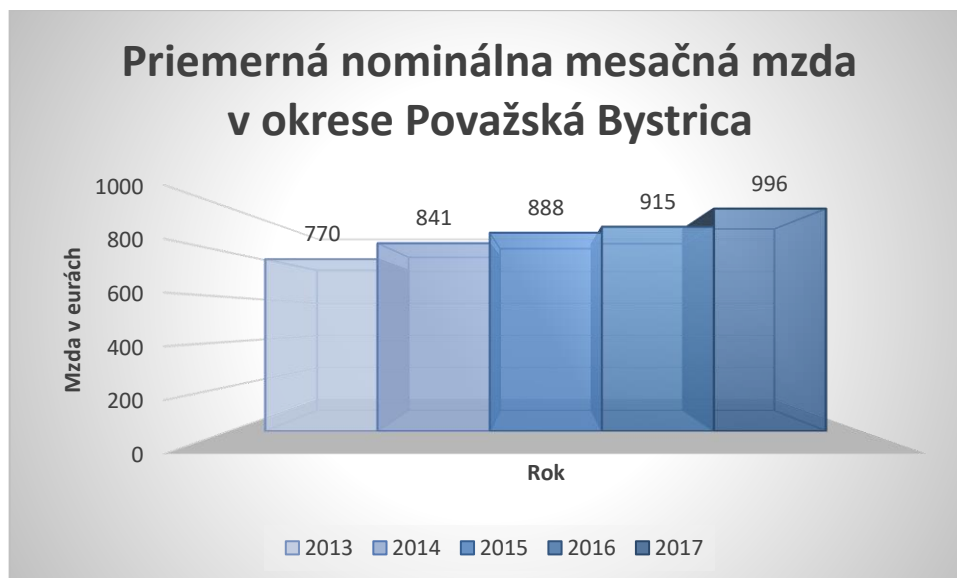
- osoby v predproduktívnom veku (0 - 14 rokov),
- osoby v produktívnom veku (15 – 64 rokov),
- osoby v poproduktívnom veku (64 a viac).

Tabuľka č. 4: Vekový rozbor obyvateľstva

(Zdroj: Vlastné spracovanie podľa: Štatistický úrad SR, 2018)

Vek	Počet obyvateľov	Percentuálne vyjadrenie
0 - 14	8 701	13,88
15 - 64	44 637	71,20
64 a viac	9 353	14,92

Z tabuľky možno vidieť, že najväčšie zastúpenie tvoria osoby v produktívnom veku (71,2 %), vo veku, v ktorom je väčšina obyvateľstva ekonomicky aktívna. Táto skupina tvorí potenciálnych zákazníkov našej spoločnosti. Ide o skupinu ľudí, u ktorých predpokladáme najväčší záujem o naše služby, pretože prevažná časť je tvorená osobami so stálymi príjmami a vo veku predpokladania rôznych spoločenských akcií ako stužkové, svadby, rodinné oslavy, plesy, firemné posedenia apod.



Graf 2: Vývoj priemernej nominálnej mesačnej mzdy v okrese Považská Bystrica v rokoch 2013-2015

(Zdroj: Vlastné spracovanie podľa: Štatistický úrad SR, 2018)

Ďalšie faktory, ktoré by mohli ovplyvniť podnik v rámci sociálnej oblasti môžeme považovať trendy dnešnej doby, kde treba poznamenať, že žijeme v dobe, kedy dochádza k rastu objemu príjmov, čo možno vidieť aj na grafe 2. S rastom príjmov sa zvyšujú aj možnosti, čo si domácnosti môžu dovoliť. V súčasnej dobe ľudia čoraz viac využívajú služby v oblasti gastronómie, rôzne spoločenské udalosti, ale aj menšie oslavy sa už nerealizujú v domácnostiach, ale v rôznych zariadeniach slúžiacich na uspokojovanie týchto potrieb. Ľudia čoraz viac využívajú služby z dôvodu pracovnej vyťaženia, možno aj pohodlnosti, chcú sa stretávať, usporadúvajú rôzne oslavy, stretávky, sú zaneprázdnení a v poslednej dobe si zvykajú na pohodlnosť a využívanie moderných služieb. V oblasti nášho podnikateľského nápadu je dôležité spomenúť, že naše zariadenie bude charakteristické svojou jedinečnosťou, v okolí sa nenachádza žiadny podobný objekt, moderným vybavením, založeným na marketingovej stratégii v krásnom prírodnom prostredí tak, aby zaujalo čo najširšie okolie ľudí.

Dokonca aj pri neustále sa znižujúcom počte obyvateľov v okrese Považská Bystrica dochádza na opačnej strane k zvyšujúcemu počtu sobášov. V posledných piatich rokoch vývoja došlo v každom roku, okrem roku 2016, kedy bol zaznamenaný aj najväčší úbytok obyvateľstva, k nárastu počtu sobášov, čo by mohlo byť pre spoločnosť pozitívum, v prípade, že by sa títo ľudia rozhodli využiť práve naše priestory pre oslavy.

Tabuľka č. 5: Počet sobášov v Považskej Bystrici

(Zdroj: Vlastné spracovanie podľa: TASR a TERAZ MEDIA a.s. © 2017)

Rok	2013	2014	2015	2016	2017
Počet sobášov v Považskej Bystrici	163	198	229	203	234

2.3.2 Legislatívna oblasť

Podnikanie zasahuje celá rada zákonov, ktorými sa podnikateľ musí riadiť. Legislatívna oblasť zahŕňa zákony, vyhlášky, nariadenia ktoré podnikateľ musí spĺňať a byť neustále s týmito oblasťami upovedomený.

V prípade nášho podnikania ide o dodržovanie predovšetkým týchto zákonov, vyhlášok a nariadení :

- 40/1964 Zb. Občiansky zákonník,
- 513/1991 Zb. Obchodný zákonník,
- 311/2001 Z. z. Zákonník práce,
- 595/2003 Z. z. Zákon o dani z príjmov,
- 431/2002 Z. z. Zákon o účtovníctve,
- 222/2004 Z. z. Zákon o dani z pridanej hodnoty,
- 289/2008 Z. z. Zákon o používaní elektronickej registračnej pokladnice,
- 152/1995 Z. z. Zákon Národnej rady Slovenskej republiky o potravinách,
- 124/2006 Z. z. Zákon o bezpečnosti a ochrane zdravia pri práci,
- 461/2003 Z. z. Zákon o sociálnom poistení,
- 580/2004 Z. z. Zákon o zdravotnom poistení,
- 530/2003 Z. z. Zákon o obchodnom registri,
- 223/2001 Z. z. O odpadoch a o zmene a doplnení niektorých zákonov v platnom znení,
- 355 / 2007 o ochrane, podpore a rozvoji verejného zdravia,
- 377/2004 o ochrane nefajčiarov,
- 355/2007 o ochrane, podpore a rozvoji verejného zdravia (každý podnikateľ musí mať schválené podnikateľské priestory „od hygieny“),

- Vyhláška 533/2007 Z. z. Ministerstva zdravotníctva Slovenskej republiky o podrobnostiach o požiadavkách na zariadenia spoločného stravovania,
- Vyhláška Ministerstva zdravotníctva Slovenskej republiky č. 585/2008 Z. z., ktorou sa ustanovujú podrobnosti o prevencii a kontrole prenosných ochorení v znení neskorších predpisov,
- Nariadenie európskeho parlamentu a rady 852/2004 o hygiene potravín.

Zákony sa neustále novelizujú aj niekoľkokrát do roka, čo podnikatelia považujú za najzávažnejšie prekážky v oblasti podnikania na Slovensku. Za najväčšiu bariéru podnikatelia označili daňové a odvodové zaťaženie, druhým obmedzením sú registračné, nahlasovacie a administratívne povinnosti. Podnikatelia musia pravidelne sledovať, ktoré zmeny sa ich dotýkajú a čo budú pre nich znamenať (Kollárová, ©2016).

2.3.3 Ekonomická oblasť

Ide o oblasť, ktorá sa zameriava na sledovanie rôznych faktorov ako vývoj hrubého domáceho produktu, mieru nezamestnanosti, mieru inflácie, ktoré môžu pre spoločnosť znamenať hrozbu či príležitosť.

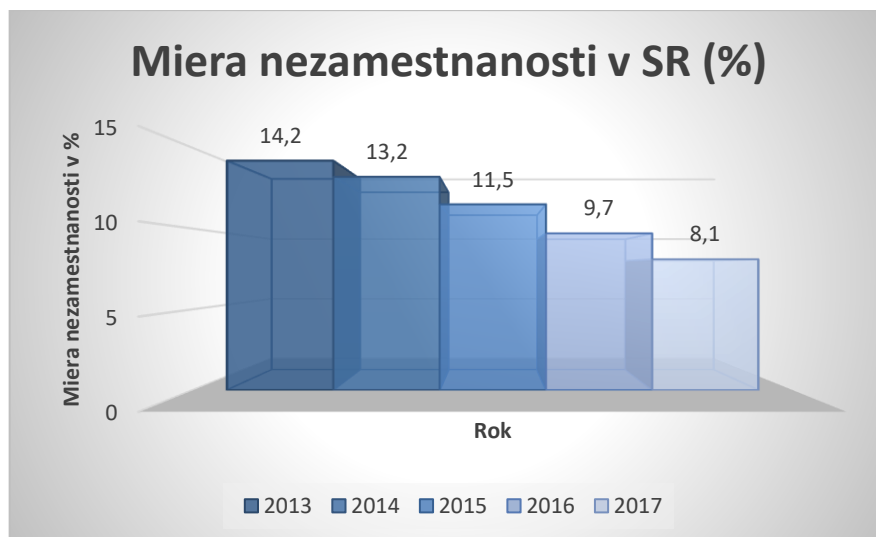
Vývoj HDP na Slovensku rastie, v nasledujúcich rokoch sa dokonca predpokladá veľmi priaznivý vývoj HDP, kedy by Slovensko malo dosahovať najväčší nárast zo všetkých krajín eurozóny a EÚ (Furik, ©2003-2018).

Tabuľka č. 6: Medziročná zmena HDP v SR

(Zdroj: Vlastné spracovanie podľa: Štatistický úrad SR, 2018)

Rok	2013	2014	2015	2016	2017
Medziročná zmena HDP v SR (%)	1,5	2,8	3,9	3,3	3,4

Pozitívny vývoj možno pozorovať aj u miery nezamestnanosti, kde vidieť postupné znižovanie, v roku 2018 sa táto hodnota blížila k 5 %, znižovanie miery nezamestnanosti sa predpokladá aj v nasledujúcich rokoch.



Graf 3: Miera nezamestnanosti v SR
(Zdroj: Vlastné spracovanie podľa: Štatistický úrad SR, 2018)

Miera nezamestnanosti v okrese Považská Bystrica má rovnako ako aj miera nezamestnanosti v SR klesavý priebeh. Z posledných údajov z roku 2018, ktoré evidujú mieru nezamestnanosti v okrese Považská Bystrica klesla táto úroveň na 3,7 %. So znižujúcou mierou nezamestnanosti spoločnostiam chýba pracovná sila a uchádzačom o pracovné pozície stúpajú nároky, ktorí požadujú príliš vysoké platy, čo by do budúcnosti pri získavaní zamestnancov mohlo ovplyvniť aj našu spoločnosť tým, že nebudeme schopní splniť požiadavky zamestnancov.

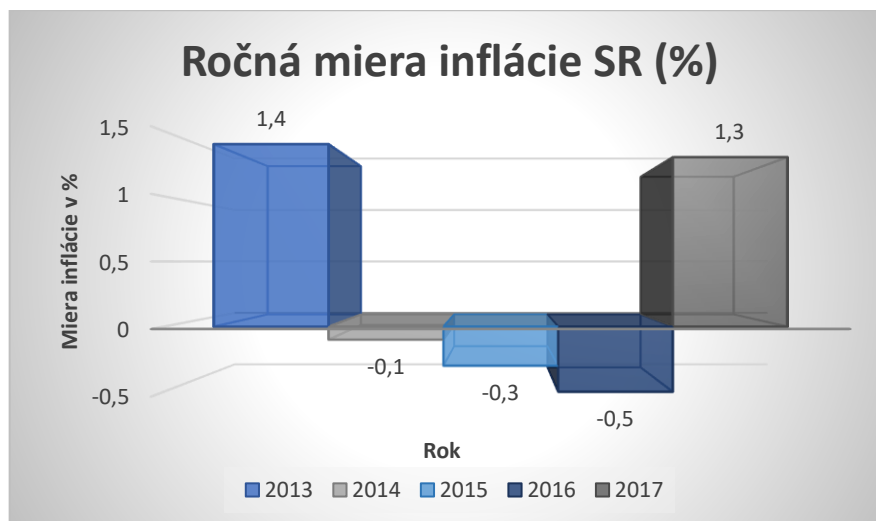
Tabuľka č. 7: Miera nezamestnanosti v okrese Považská Bystrica

(Zdroj: Vlastné spracovanie podľa: (ÚPSVaR > Nezamestnanosť - mesačné štatistiky, ©2018)

Rok	2013	2014	2015	2016	2017
Miera nezamestnanosti v okrese Považská Bystrica (%)	10,7	10,0	8,6	7,0	4,8

Infláciu možno definovať ako rast cien tovarov a služieb. To znamená, že čím je vyššia miera inflácie pri danom zvýšení nominálnej mzdy, tým menej tovaru si pracovník môže kúpiť. Opakom inflácie je deflácia. Obidva tieto javy majú na ekonomiku negatívny vplyv. Z grafu 4 možno pozorovať, že v roku 2017 v SR bola inflácia vo výške medziročnej zmeny 1,3 %, čo je optimálne, no domácnosti si za tú istú nominálnu mzdu mohli oproti predchádzajúcemu roku dovoliť menej tovarov a služieb. Z posledných údajov o roku 2018 bola vypočítaná priemerná medziročná zmena inflácie vo výške

2,5 % pričom koncom roka táto inflácia spomaľovala a v decembri jej hodnota bola na úrovni 1,9 %. Podľa ŠÚSR na medziročnej báze rástli najrýchlejšie ceny v reštauráciách a hoteloch o 4 %. Inflácia sa pokladá za pomerne vyrovnanú a v blízkej dobe sa nepredpokladá nijaká výrazná zmena v tejto oblasti. V rámci inflácie sú riziká vyvážené (SITA, 2019).



Graf 4: Ročná miera inflácie SR
(Zdroj: Vlastné spracovanie podľa: Štatistický úrad SR, 2018)

2.3.4 Politická oblasť

S legislatívnou oblasťou veľmi úzko súvisí politická oblasť, ktorá skúma politický systém, politické zmeny, vládnu politiku. Aj keď slovenská ekonomika rastie a rozvíja sa pomerne veľkým tempom, legislatívne a politické prostredie je pomerne nestále, meniac sa legislatíva, ktorá prichádza z politickej oblasti, zväčša negatívne ovplyvňuje plánované hospodárenie. Zvyšujú sa odvody, ktoré sú na Slovensku vysoké, daňové zaťaženie, výška minimálnej mzdy. Pribúdajú nové nariadenia a opatrenia, ktorými sú malý a stredný podnikatelia zaťaženi. Na politickú scénu 15. júna 2019 nastúpi na post hlavy štátu SR novozvolená prezidentka Mgr. Zuzana Čaputová, čo prináša novú klímu na súčasnú politickú scénu.

2.3.5 Technická a technologická oblasť

Vývoj v tejto oblasti patrí medzi faktory, ktorých vstup na trh môže veľmi rýchlo ovplyvňovať dopyt zákazníkov. Z pohľadu prevádzkovania spoločenského objektu neexistuje vysoká miera rizika vstupu nových technologických alebo technických

pokrokov ako napríklad pri zavádzaní nového produktu. V prípade, že by k takémuto vývoju došlo, ktorý by mohol uľahčiť prevádzkovanie tejto spoločnosti, je potrebné sa týmito inováciami zaoberať.

2.4 Porterova analýza

Medzi najsilnejšie faktory ovplyvňujúce postavenie podniku na trhu patrí konkurencia. Pre sledovanie mikrookolía podniku sa využíva Porterov model konkurenčného prostredia. Vychádza z predpokladu, že dlhodobú ziskovosť trhu alebo tržného segmentu ovplyvňuje päť hlavných sektorov (Kašík, 2012, s.47).

2.4.1 Konkurencia (hrozba existujúcej a vznik potenciálnej konkurencie)

V prípade nášho podnikania je hrozba konkurencie pomerne vysoká. Naša spoločnosť sa však bude odlišovať od konkurencie svojim vzhľadom, dizajnom a jedinečnosťou. V okolí sa nenachádza žiadne takéto zariadenie a v prieskume bolo zistené, že napríklad svadby sa objednávajú pre nedostatok spoločenských priestorov viac ako rok dopredu a o tieto služby je v poslednej dobe čoraz väčší záujem. Našou výhodou oproti konkurenciám bude aj kapacita miest, veľká sála (200 ľudí).

Zoznam možných konkurentov podľa vzdialenosti od sídla spoločnosti:

- Penzión Teplanka & Restaurant – 1,7 km,
- Motorest Teplá – 2,2 km,
- OLYMPIA - reštaurácia, pub – 6,7 km,
- Hotel Študent – 6,9 km,
- Penzión Terno – 7,1 km,
- Gastro - služby, s.r.o. – 8,6 km,
- Hotel & Restaurant Gino Park Palace – 8,9 km,
- Hotel Podhradie – 9,7 km.

Za hlavných konkurentov našej spoločnosti považujeme:

Penzión Teplanka & Restaurant

Penzión Teplanka & Restaurant je vzdialený od miesta vybudovania našej spoločnosti len necelé 2 km. Ide o nové zariadenie, ktoré bolo vybudované v roku 2017. Disponuje vlastnou reštauráciou a spoločenským priestorom s kapacitou 100 osôb.

Hotel Študent

Súčasťou hotela je aj hotelová reštaurácia a kuchyňa. Obsluhu vykonávajú žiaci odboru čašník, servírka. V reštaurácii sa konajú rôzne rodinné oslavy, promócie, svadby, pracovné obedy, posedenia podľa želania a predstáv zákazníka. Hotel Študent ponúka aj účasť na cateringových akciách. Jedlá na akcie sú pripravované žiakmi odboru pod vedením majstrov odborného výcviku. Hotel Študent disponuje malým salónikom, ktorý má kapacitu 30 osôb a veľkou sálou pod kopulou, ktorý má kapacitu 70 osôb.

Penzión Terno

Penzión Terno sa nachádza neďaleko centra Považskej Bystrice, 300 m od železničnej stanice. Ponúka ubytovacie a stravovacie služby a známy je aj usporadovaním rôznych spoločenských akcií. K dispozícii má priestory veľkej sály s kapacitou 150 ľudí a malej sály s kapacitou 75 ľudí.

Celkové zhodnotenie konkurencie

Na trhu sa nachádza pomerne veľké množstvo konkurencie. Všetky vyššie uvedené konkurenčné spoločnosti predstavujú klasický typ priestoru pre uskutočňovanie rôznych spoločenských akcií. Za najväčšiu konkurenciu považujeme **Penzión Teplanka & Restaurant**, z dôvodu veľmi blízkej vzdialenosti od našej spoločnosti s vlastnou kuchyňou, ale nevýhodou môže byť, že sa nachádza v areáli bývalého poľnohospodárskeho družstva, ktoré nie je vhodne upravené. **Hotel Študent** disponuje najväčšou prednosťou prípravy jedál žiakmi odborného výcviku pod vedením majstrov, teda cena ponúkaných služieb je oproti iným konkurenčným zariadeniam o niečo nižšia. Výhodou **Penziónu Terno** je pomerne veľká kapacita.

My prichádzame na trh s úplne novým, neobyčajným priestorom, ktorý sa v okolí Považskej Bystrice nenachádza a predpokladáme, že práve to bude našou konkurenčnou výhodou a zákazníci budú mať o naše služby veľký záujem. Našu spoločnosť by mohlo konkurenčne ovplyvniť založenie podobného typu zariadenia.

2.4.2 Substitučné výrobky/služby

Za substitučné služby možno chápať všetky spoločnosti v okolí, ktoré poskytujú podobné služby. Vzhľadom na veľké konkurenčné prostredie v tejto oblasti podnikania ide

o vysoké riziko. Naším cieľom, ale bude vytvoriť špecifickú, odlišnú spoločnosť od konkurencie a tým znížiť prípadne riziko existujúcich a vstupu nových konkurentov.

2.4.3 Dodávatelia

Výber dodávateľov pre spoločnosť patrí medzi jedno z dôležitých rozhodovacích kritérií, s ktorým do veľkej miery súvisí jej úspešnosť.

Pre realizáciu našej spoločnosti budeme potrebovať dodávateľov, ktorí nám zaistia vstupy:

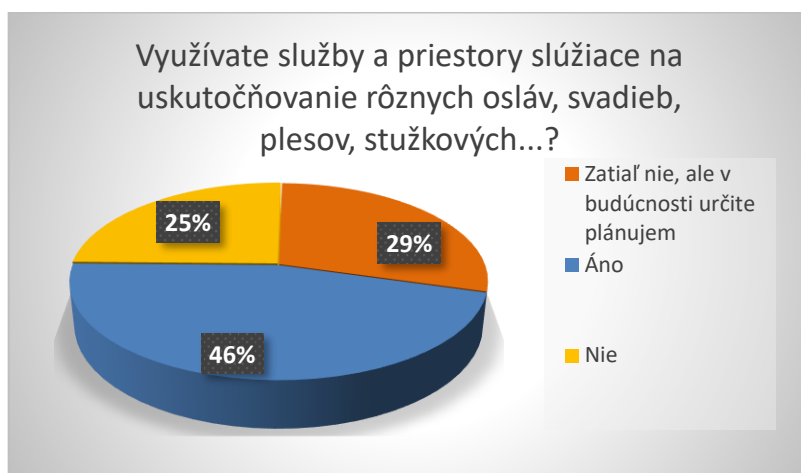
- výstavbu objektu,
- vybavenie objektu (pokladničný systém, kávovar, vinotéka, chladnička s mraziakom, výrobník ľadu, mixér, stoly, stoličky, barový pult, pracovné stoly, drezy, zostava na chladenie alkoholických a nealkoholických nápojov ...),
- drobné vybavenie objektu (taniere, príbory, náradie, misky, dosky, koše, poháre, dekorácie, obrusy ...),
- suroviny (káva, čaj, alkoholické a nealkoholické nápoje, slané a sladké občerstvenie, suroviny na prípravu rôznych ovocných a zeleninových šalátov, suroviny na prípravu dezertov...)

Naša spoločnosť bude závislá na dodávateľoch jedál, pretože v rámci nášho podnikateľského zámeru na začiatok nášho podnikania budeme využívať služby cateringových spoločností. Vzhľadom na vysoké počiatočné investície neplánujeme v prvých rokoch podnikania vybaviť kuchyňu. Z ponuky služieb si zákazníci budú môcť vybrať z viacerých ponúkaných dodávateľov jedál, v rôznych cenových kategóriách, s ktorými budeme mať dodávateľskú zmluvu. Ostatné služby budú zabezpečované našou spoločnosťou, čo sa týka obsluhy, nápojov, výzdoby a doplnkového sortimentu. Okrem dodávateľov jedál budeme využívať aj iných dodávateľov potrebných k zásobovaniu nášho baru a studenej kuchyne. Dodávateľov budeme vyberať z blízkeho okolia, na základe odporúčaní, ponuky a dopytu, kvality a cenovej dostupnosti.

2.4.4 Zákazníci

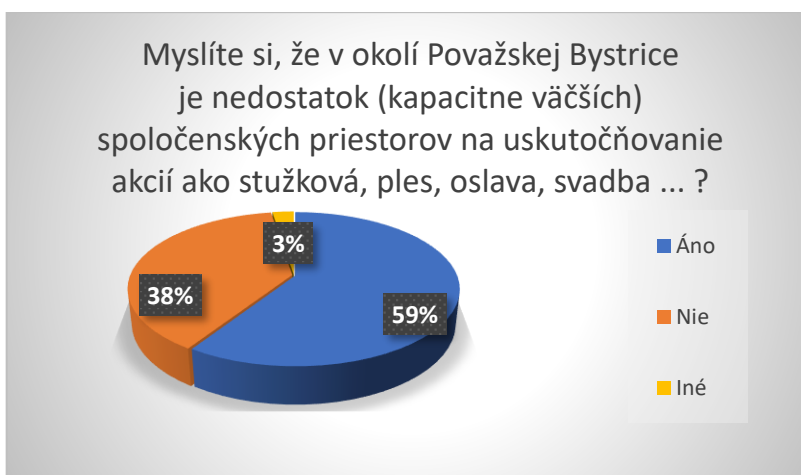
Zákazníci, teda odberatelia predstavujú kľúčovú časť podnikania. Bez zákazníkov by nemohla existovať žiadna spoločnosť. Cieľom každej spoločnosti je produkovať zisk, ktorý možno vyjadriť ako kladný rozdiel medzi výnosmi a nákladmi z podnikania. Z dôvodu zisťovania budúcich potencionálnych zákazníkov bol uskutočnený krátky

prieskum u ľudí z okolia Považskej Bystrice. Dotazník vyplnilo celkom 120 ľudí, z ktorých prevažnú časť predstavovala skupina ľudí vo veku do 26 rokov v počte 93 ľudí a zvyšných 23 ľudí, ktorí odpovedali boli vo veku od 26 – 64 rokov. Dotazník bol zameraný na ľudí v produktívnom veku (15 - 64 rokov), ktorý by mali v budúcnosti priniesť najväčšie tržby spoločnosti. V nasledujúcich grafoch možno vidieť percentuálne vyjadrenie odpovedí na jednotlivé otázky.



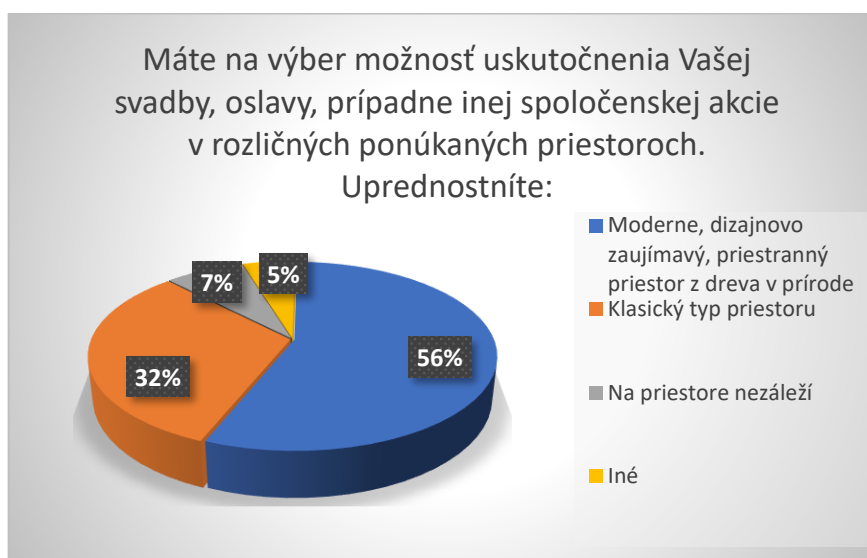
Graf 5: Otázka 1 – dotazníkový prieskum
(Zdroj: Vlastné spracovanie)

Z grafu 5 vyplýva, že ľudia v Považskej Bystrici v prevažnej časti využívajú alebo v budúcnosti plánujú využívať služby a priestory slúžiace na uskutočňovanie rôznych spoločenských akcií. Zo 120 respondentov iba 30 označilo, že tieto služby nevyužívajú a ani v budúcnosti využívať neplánujú.



Graf 6: Otázka 2 – dotazníkový prieskum
(Zdroj: Vlastné spracovanie)

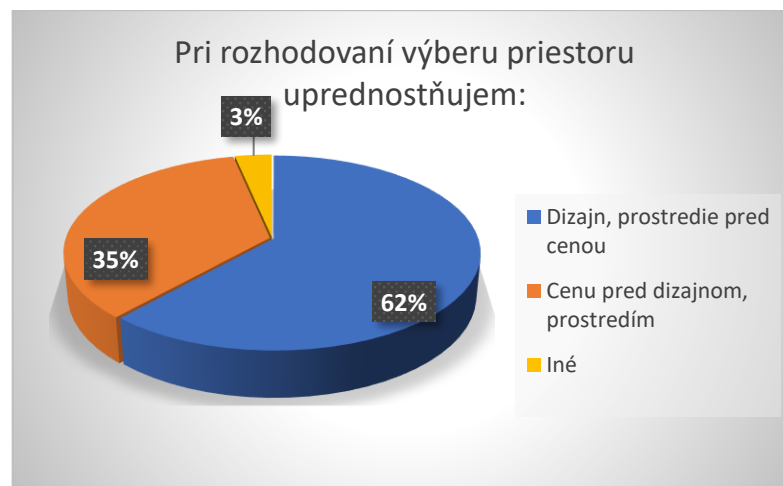
Na otázku, či si odpovedajúci myslia, že okolie Považskej Bystrice disponuje nedostatočným množstvom (kapacitne väčších) spoločenských priestorov (graf 6), prevažná časť odpovedala podľa očakávaní. Až 71 odpovedajúcich si myslí, že takýchto priestorov je v okolí Považskej Bystrice nedostatok. 3 respondenti odpovedali, že nevedia posúdiť, či je takýchto priestorov nedostatok. Tieto odpovede mohlo ovplyvniť aj faktor, že otázku zodpovedali aj ľudia, ktorí ešte takéto služby nevyužili. Z tohto dôvodu pre vlastné informácie a detailnejšie preskúmanie som spravila analýzu iba odpovedajúcich, ktorí na predchádzajúcu otázku odpovedali ÁNO, teda majú už s takýmito akciami skúsenosti, kde som zistila, že až 67 % respondentov sa stretlo s nedostatočným množstvom priestorov.



Graf 7: Otázka 3 – dotazníkový prieskum
(Zdroj: Vlastné spracovanie)

V grafe 7 sú zobrazené výsledky aké typy priestorov odpovedajúci preferujú. Najväčšie percentuálne zastúpenie predstavuje moderný, dizajnovo zaujímavý, priestranný priestor z dreva v prírode, celkom 67 respondentov. Aj v tejto otázke sa objavili odpovede v kategórii iné a to odpovede typu:

- záleží od typu akcie, od udalostí, počtu osôb,
- musí mi padnúť do oka,
- priestranný priestor mimo centra.



Graf 8: Otázka 4 – dotazníkový prieskum
(Zdroj: Vlastné spracovanie)

Ako posledná otázka v poradí bola zameraná na preferencie budúcich potenciálnych zákazníkov. Opäť pozitívne výsledky pre náš podnikateľský nápad. Znamená to, že naším budúcim potenciálnym zákazníkom záleží na dizajne, prostredí priestoru a sú ochotní si za takýto typ priestoru priplatiť. Z kategórie iné celkom 5 respondentov najviac uviedlo, že hľadajú kompromis, zlatú strednú cestu medzi kvalitou a cenou alebo sa rozhodujú na základe referencií od známych.

2.5 SWOT analýza

SWOT analýza predstavuje jednoduchý nástroj zameraný na charakteristiku rozhodujúcich faktorov ovplyvňujúcich strategické postavenie firmy. Internú analýzu firmy tvorí analýza silných a slabých stránok, analýza príležitosti a hrozieb je výsledkom externej analýzy (Srpová, 2010).

Tabuľka č. 8: SWOT analýza
(Zdroj: Vlastné spracovanie)

Silné stránky	Slabé stránky
Poloha a prostredie	Začínajúca spoločnosť
Dizajnovovo odlišný objekt od konkurencie	Vysoké počiatočné náklady
Ambiciózny tím	Zavislosť na dodávateľoch
Dobrý vývojový potenciál	Otváracia doba
Príležitosti	Hrozby
Rozšírenie o vlastnú kuchyňu	Vstup novej konkurencie
Zvýšenie záujmu o naše služby	Vyjednávací sila dodávateľov
Zmena otvárací doby	Sezónne výkyvy dopytu
Marketingová komunikácia	Zmeny v legislatíve
Dobré meno spoločnosti	

Silné stránky

Najsilnejšiu stránkou podnikateľského zámeru je, že prichádzame na trh s novým dizajnovým odlišným spoločenským objektom od konkurencie, slúžiacim na rôzne spoločenské akcie, nachádzajúci sa v Manínskej tiesňave, ktorá je charakteristická zaujímavou skalnatou prírodou, neďaleko Považskej Bystrice, ktorá v súčasnej dobe disponuje nedostatkom takýchto priestorov. Čakacie doby na tieto služby sú zväčša okolo jedného roka. Sme mladý a ambiciózny tím, ktorý ide s dobou a bude sa snažiť neustále prispôbovať aktuálnym trendom a vytvárať zaujímavý priestor, rozširovať svoje služby, ktorý budú ľudia vyhľadávať.

Slabé stránky

Predstavujeme začínajúcu spoločnosť s pomerne vysokými počiatočnými nákladmi a bez predchádzajúcich praktických skúseností s vlastným podnikaním. Vzhľadom na tieto okolnosti naša spoločnosť v prvých rokoch nebude disponovať vybavením kuchyne, a preto budeme závislí na dodávateľoch aj v tejto oblasti. Za slabú stránku považujeme tiež otváraciu dobu, ktorá bude z dôvodu vyťaženia spoločníkov obmedzená na víkendy, sviatky a prázdniny.

Príležitosti

Priemerná mzda rastie a počet nezamestnaných klesá, ľudia čoraz viac využívajú služby. Vyhľadávajú miesta, ktoré sa nachádzajú v peknom, zaujímavom prostredí, kde sa budú cítiť príjemne a budú spokojní. Uprednostňujú kvalitné služby. Vďaka dobre zvolenej marketingovej stratégii zaistenie dostatočného množstva zákazníkov. V budúcnosti možnosť rozšírenia o vlastnú kuchyňu a možnosť zmeny otváracie doby.

Hrozby

Medzi najväčšie hrozby, ktoré by mohli ovplyvniť chod našej spoločnosti radíme vstup novej konkurencie, s podobnou podnikateľskou myšlienkou, zvyšujúce sa finančné nároky dodávateľov a neustále meniacu sa legislatívu.

3 VLASTNÉ NÁVRHY RIEŠENIA

Na základe analýz v predchádzajúcej časti bude táto časť práce zameraná na vytvorenie marketingovej stratégie, finančného plánu, zhodnotenia rizík a v závere celkového vyhodnotenia úspešnosti zámeru pomocou vybraných dynamických finančných ukazovateľov.

3.1 Marketingová stratégia

Zvolenie správnej marketingovej stratégie je pre firmu nevyhnutným atribútom k jej úspešnosti. Ide o vytvorenie vhodnej stratégie, prostredníctvom ktorej sa podnik plánuje presadiť na trhu.

3.1.1 Produkt

Rozhodujúcim prvkom, definujúcim službu je jeho kvalita (Kincl, 2004, s. 121). Naša spoločnosť sa bude riadiť mottom: „*Náš zákazník, náš pán*“, našim cieľom bude maximálne vyhovieť požiadavkám, návrhom našich budúcich zákazníkov a prispôbiť sa ich potrebám.

Medzi hlavnú zložku príjmov spoločnosti by mali patriť prevažne tržby zo spoločenských akcií. Hlavnou úlohou bude vytvoriť čo najpríjemnejšie a najlukratívnejšie prostredie pre poskytovanie tejto služby, a tým sa dostať do konkurenčnej výhody oproti spoločnostiam, ktoré poskytujú podobné služby. Nápad postaviť práve tzv. stodolu na uskutočňovanie takýchto akcií vznikol z dôvodu aktuálnych trendov, ktoré sú charakteristické tým, že ľudia preferujú kvalitu, navštevovanie zaujímavých (instagramových) miest, zdravý životný štýl, ekologický prístup k životu.

Okrem uskutočňovania rôznych spoločenských akcií bude naša spoločnosť Hill stone, s.r.o. slúžiť počas prázdnin a sviatkov aj ako miesto príjemného oddychu s vychutnaním si kvalitnej kávy a občerstvenia, keďže Manínsku tiesňavu počas týchto dní navštevuje množstvo turistov, horolezcov a cyklistov.

Ako bolo vyššie spomenuté, budeme sa snažiť spĺňať najrôznejšie požiadavky našich zákazníkov, a tým zabezpečovať rôznorodosť tovaru a dosahovať spokojnosť a lojalitu zákazníkov, aby sa k nám radi vracali.

3.1.2 Cena

Cenu možno stanoviť viacerými spôsobmi, konkrétnejšie popísanými v teoretickej časti práce. Vzhľadom na pomerne veľké konkurenčné prostredie, pre stanovenie ceny bude použitý najpoužívanejší spôsob stanovenia ceny, a to na základe konkurencie. V dotazníkovom prieskume možno vidieť, že ľudia vo väčšine prípadoch sú ochotní si za kvalitnejšie služby priplatiť. Preto, pre základ stanovenia našej ceny budú rozhodujúce ceny ponúkaných produktov v podobných zariadeniach v okolí Považskej Bystrice. V bare počítame s priemernou maržou **150 - 350 %** v závislosti od druhu tovaru, a čo sa týka ponúkaných služieb v oblasti organizovania akcií si dovoľíme tieto konkurenčné ceny navýšiť približne o **5 %** vzhľadom na jedinečnosť priestoru a kvalitu poskytovaných služieb.

Na základe analýzy konkurencie, ktorá ponúka uskutočňovanie spoločenských akcií v okolí Považskej Bystrice sme zistili, že konkurenčné ceny sa pohybujú v rozmedzí od **25 € - 28 €** na osobu okrem Hotela Študent, ktorý ponúka cenu na osobu **23 € - 25 €**.

Naša cenová ponuka sa bude pohybovať v rozmedzí od **26 € - 29 €** na osobu. V cene bude zahrnutý: prípitok, nealko, káva, predjedlo, polievka, hl. jedlo a základné švédske stoly. Cenová ponuka bude pohyblivá podľa požiadaviek zákazníkov. K cene budú pripočítavané náklady na výzdobu **15 € - 35 €**, v prípade záujmu nálekov na stoličky **2 €/ks**. Pre uskutočnenie menších posedení, osláv, stretnutí bude využívaná menšia sála s kapacitou **50** osôb a cenová ponuka bude pohybovať v rozmedzí od **15 € - 23 €** na osobu.

3.1.3 Miesto (Distribúcia)

Svadba, stužková, plesy, oslavy sú akcie, na ktoré človek chce mať pekné spomienky. Aj práve miesto podnikania zohráva veľkú rolu v úspešnosti a návštevnosti danej spoločnosti. Výber vhodného miesta predstavuje také miesto, kde sa ľudia budú cítiť príjemne, bude niečím zaujímavé, dostupné a radi sa na toto miesto budú vracat'. Preto sme miesto výstavby spoločenského objektu situovali do Manínskej tiesňavy, ktorá je typická krásnym, skalnatým, tichým prostredím s veľmi dobrou dostupnosťou. Manínska tiesňava je od okresného mesta Považská Bystrica vzdialená len 6,4 km a hlavní dodávatelia sú od sídla spoločnosti vzdialení do 15 minút autom. Nachádza sa len 10 km od diaľnice a disponuje pomerne veľkým parkoviskom.

3.1.4 Propagácia

Propagácia, jeden z nástrojov marketingového mixu predstavuje spôsob poskytovania informácií o daných ponúkaných produktoch a službách, aby sa o nich dozvedelo, čo najširšie okolie zákazníkov.

Cieľom marketingovej komunikácie je vyvolanie záujmu o spoločnosť, získanie nových zákazníkov. V súčasnej dobe sa zákazníci stávajú čoraz viac náročnejšími na kvalitu, design, dopĺňujúce služby apod. (Foret, 2001, s. 119).

Propagovať v dnešnej dobe už nepatrí medzi veľmi nákladové položky pretože internet ponúka rôzne možnosti ako zviditeľniť svoju činnosť pri veľmi nízkych, ba až nulových nákladoch. Preto aj my sa zameriame na propagovanie cez internet, hlavne prostredníctvom sociálnych sietí ako facebook a instagram, na ktorom naša cieľová skupina trávi najviac času, webovej stránky a zo začiatku podnikania by sme pre zvýšenie povedomia o začínajúcej spoločnosti vyhotovili 500 ks letáčikov. Pretože naša spoločnosť bude zameraná práve na trendy dnešnej doby, pre vlastnú propagáciu bude prostredie spoločnosti Hill stone, s.r.o. ideálnym miestom na realizovanie sa fotografov, kde očakávame, že ľudia tieto fotografie budú zverejňovať práve na sociálnych sieťach a tak sa naša spoločnosť bude rozširovať medzi široké okolie ľudí. K sociálnej propagácii bude pre našich zákazníkov tiež vytvorený zaujímavý drevený fotorám, s hashtagom a názvom našej spoločnosti (#HillSTONE), kde si budú naši zákazníci môcť vytvoriť zaujímavé a jedinečné spomienkové fotky z ich životných udalostí, návštevy našej spoločnosti a zdieľať ich pod týmto hashtagom prostredníctvom instagramu, ktorej cieľom bude znova zvýšenie povedomia o našej spoločnosti.

3.2 Finančný plán

Finančný plán predstavuje podnikateľský nápad vyjadrený v číselnej podobe. Na základe zostavenia finančného plánu možno zhodnotiť či daný podnikateľský nápad je realizovateľný. Finančný plán obsahuje všetky potrebné údaje o zdrojoch financovania majetku, plánovaných nákladoch, tržbách, výsledku hospodárenia a výkazu cash flow.

3.2.1 Zdroje financovania majetku

Zdroje financovania majetku sa rozdeľujú na dve hlavné skupiny:

- Vlastné zdroje,
- Cudzie zdroje.

Sme začínajúca spoločnosť, na ktorej vybudovanie a zaistenie všetkých potrebných vstupov k zahájeniu podnikateľskej činnosti budeme potrebovať väčší objem financií, akými disponujeme. Pomer vlastných a cudzích zdrojov je 50:50.

Vlastné zdroje: vklady spoločníkov vo výške 125 000 €.

Cudzie zdroje: finančné prostriedky poskytnuté bankou formou americkej hypotéky v sume 125 000 €, splácané mesačnými splátkami po dobu 10 rokov s úrokovou sadzbou 2,39 % p. a.

Splátkový kalendár je zobrazený v prílohe práce.

Ďalšou možnosťou financovania, ktorú by naša spoločnosť mohla využiť je financovanie prostredníctvom **dotácií**. Dotácia je nenávratným zdrojom financovania, poskytovaná podnikom bez očakávania protihodnoty. Sú zároveň ekonomickým nástrojom, na základe ktorého štát, alebo iný územný celok podporuje presadzovanie svojich zámerov. Peňažné prostriedky sú poskytované zo štátneho rozpočtu, z miestnych rozpočtov, z fondov Európskej únie a podobne. Pri podporovaní rozvoja ekonomiky sa môžu využívaním dotácií dosiahnuť určité pozitívne výsledky, aj keď je nutnosť administratívnej kontroly pri poskytovaní a používaní dotácií. V záujme oživenia ekonomiky je opodstatnené poskytovanie dotácií hlavne malým a stredným podnikom. Dotácia môže byť poskytnutá v čiastočnej alebo plnej výške.

Nenávratné prostriedky sa získavajú na základe výziev, z ktorých sa podnikateľ dozvie, na aké projekty sú peniaze poskytované, do akej výšky a aké sú podmienky pre získanie. Pre zvýšenie zodpovednosti a motivácie sa spoločnosti vždy musia spolupodieľať aj vlastnými financiami. Proces implementácie a prípravy projektov podporovaných z fondov EÚ je pomerne náročný. Z dôvodu, veľkej náročnosti, mnohí podnikatelia o dotácie nežiadajú. Ministerstvo hospodárstva SR sa snaží pri príprave jednotlivých výziev tieto procesy znižovať a zjednodušovať administratívne zaťaženie na strane žiadateľov. V súčasnosti sa žiadosť podáva elektronickou formou. V prípade zapojenia

našej spoločnosti do niektorej z výziev by sme mohli ušetriť nemalé peniaze na podnikanie. V rámci nášho podnikateľského nápadu by sme mohli využiť jednu z ponúkaných výziev:

- Výzva na podporu mikro, malých a stredných podnikov,
- Výzva na podporu cestovného ruchu .

Využitie výzvy a získanie podpory na podnikanie bude zobrazené vo finančnom pláne v optimistickej variante.

3.2.2 Plánované náklady

Náklady spoločnosti sa členia na počiatkové náklady, ktoré sú vynaložené jednorazovo a slúžia na zabezpečenie potrebných vstupov nevyhnutných k začatiu podnikania a na náklady, ktoré spoločnosti vznikajú pravidelne, každý mesiac.

Celkové počiatkové náklady pre našu spoločnosť, ktoré sú podrobnejšie rozpísané a zobrazené v tabuľkách nižšie sú vo výške 232 799 €. Mesačné, fixné náklady súvisiace s prevádzkovou činnosťou sú náklady na energie, odpad, mzdy, telefón, internet, splátky úveru, odpisy a iné. Sumy jednotlivých nákladov sú zobrazené v tabuľke č. 13 v mesačnom vyjadrení pre prvé tri roky podnikania.

Samotné podnikanie sa začína založením spoločnosti, ktoré je spojené s veľkým množstvom dokumentov a povinností, ktoré je pri zakladaní potrebné zaistiť. Pre zníženie rizika, ušetrenie času a dokonca aj financií sme sa rozhodli našu spoločnosť založiť prostredníctvom profesionálnej firmy zaoberajúcej sa touto činnosťou, ktorá vykoná všetky potrebné úkony, okrem overení potrebných dokumentov u notára či na matrike. Z nákladového hľadiska je výhodnejšie tieto dokumenty overiť na matrike, ceny sú nižšie ako pri overovaní u notára. Založenie spoločnosti týmto spôsobom trvá približne 10 - 15 pracovných dní.

Tabuľka č. 9: Náklady na založenie s.r.o.
(Zdroj: Vlastné spracovanie)

Náklady na založenie s.r.o.	Cena
Overenie na matrike	10,00 €
Založenie spoločnosti prostredníctvom firmy	240,00 €
Celkom	250,00 €

Náklady na výstavbu a vybavenie priestoru predstavujú najvyššiu hodnotu spomedzi všetkých nákladov a to vo výške 231 100 €. Priestor bude novo vybudovaný stavebnou firmou na kľúč. Stavba sa bude skladať z veľkej haly, baru, skladového a sociálneho priestoru. V prednej časti haly sa bude nachádzať bar s malým salónom s kapacitou pre 50 osôb, zadná časť haly bude predstavovať priestranný priestor s kapacitou 150 osôb. Tieto časti budú oddelené veľkými posuvnými dverami. Pre plány do budúcnosti bude skladový priestor navrhnutý tak, aby v budúcnosti bolo možné v tomto priestore zariadiť kuchyňu.

Tabuľka č. 10: Náklady na výstavbu a vybavenie spoločnosti
(Zdroj: Vlastné spracovanie)

Náklady na výstavbu a vybavenie priestoru	Cena
Náklady na vybudovanie spoločenského priestoru	210 000 €
Cena objektu vrátane skladových a sociálnych priestorov (pozemok, výstavba priestoru, voda, odpad, krb, klimatizácia)	210 000 €
Vybavenie baru	2 450 €
Kávovar	350 €
Chladiaca vitrína	280 €
Výrobník ľadu	150 €
Výčapné zariadenie	800 €
Registračná pokladnica a terminál	420 €
Doplňky	450 €
Vybavenie sály	12 300 €
Stoly	6 000 €
Stoličky	4 300 €
Výzdoba	1 000 €
Osvetlenie, ozvučenie	1 000 €
Vybavenie skladového priestoru	5 455 €
Chladnička s mraziakom	420 €
Umývačka riadu, umývací stôl	800 €
Pracovné stoly	1 050 €
Jedálenské súpravy	1 020 €
Príbory	905 €
Poháre	460 €
Švédske stolovanie - catering	800 €
Nezaradené vybavenie	895 €
Náklady na účtovnícky program	525 €
Drobné doplnky + finančná rezerva	370 €
Celkom	231 100 €

Náklady na nákup prvého tovaru sú vo výške 1100 €. Zahrňujú najmä náklady na základný tovar pre zahájenie činnosti. Ceny u jednotlivých položiek vyjadrujú sumu, do akej bude konkrétny tovar nakúpený. Služby a produkty budeme poskytovať podľa požiadaviek zákazníkov, tovar, alkoholické a nealkoholické nápoje a iné drobné pochutiny bude spoločnosť nakupovať až k blížiacemu sa termínu konania akcie.

Tabuľka č. 11: Náklady na nákup prvého tovaru

(Zdroj: Vlastné spracovanie)

Náklady na nákup prvého tovaru	Cena
Káva, čaj, horúca čokoláda	200 €
Nealkoholické nápoje (minerálka, Monin, džús, vinea, kofola...)	200 €
Alkoholické nápoje (aperitív, víno, pivo, vodka, likér, rum...)	410 €
Slané doplnky (tyčinky, čipsy, chrumky, arašidy, pistácie...)	50 €
Sladké doplnky (dobošky, cukríky, lízanky...)	40 €
Nezaradený tovar	200 €
Celkom	1 100 €

Náklady na reklamu sa budú skladať z nákladov na vyhotovenie 500 kusov letákov, ktoré budú vytvorené na prvotné oboznámenie budúcich zákazníkov o našich službách. Keďže preferujeme trendy dnešnej doby, naša spoločnosť z dôvodu ekologického prístupu k životu, reklamu v podobe letákov už v budúcnosti využiť neplánuje. Medzi ďalšie náklady na reklamu patrí vyhotovenie loga, dreveného fotorámu a náklady na vlastnú webovú stránku. Celkové náklady na reklamu sú v sume 349 €.

Tabuľka č. 12: Náklady na reklamu

(Zdroj: Vlastné spracovanie)

Náklady na reklamu	Cena
Letáky	75 €
Drevený fotorám	150 €
3D logo	115 €
Webová stránka-doména	9 €
Celkom	349 €

Okrem počiatočných nákladov, ktoré sú vynaložené jednorazovo, spoločnosti vznikajú v súvislosti s prevádzkovou činnosťou mesačné, fixné náklady doplnené o náklady na nákup tovaru a na catering. Náklady na nákup tovaru a catering sú zobrazené v tabuľke č. 24 v podkapitole plánovaného výsledku hospodárenia. V nasledujúcej

tabuľke sú prehľadne zobrazené pravidelné fixné, mesačné náklady spoločnosti, uvedené na prvých päť rokov prevádzkovania spoločnosti.

Tabuľka č. 13: Mesačné náklady spoločnosti v rokoch 2020 - 2024
(Zdroj: Vlastné spracovanie)

Položka	Mesačná výška nákladov				
	Rok 2020	Rok 2021	Rok 2022	Rok 2023	Rok 2024
Náklady na energie	400,0 €	420,0 €	440,0 €	460,0 €	480,0 €
Náklady na mzdy	1 350,0 €	1 800,0 €	1 800,0 €	1 900,0 €	2 000,0 €
Splátka úveru	1 172,1 €	1 172,1 €	1 172,1 €	1 172,1 €	1 172,1 €
Odpisy	1 074,1 €	1 074,1 €	1 074,1 €	1 009,6 €	1 009,6 €
Poplatky za telefón a internet	25,0 €	25,0 €	25,0 €	25,0 €	25,0 €
Poistenie	43,5 €	43,5 €	43,5 €	43,5 €	43,5 €
Iné	80,0 €	80,0 €	80,0 €	80,0 €	80,0 €
Celkom	4 144,7 €	4 614,7 €	4 634,7 €	4 690,2 €	4 810,2 €

Tabuľka č. 14 zachytáva účtovné odpisy spoločnosti na základe stanoveného odpisového plánu.

Tabuľka č. 14: Výpočet účtovných odpisov
(Zdroj: Vlastné spracovanie)

Odpisová položka	Obstarávacía cena	Doba odpisovania (v rokoch)	Výška odpisu	
			Mesačne	Ročne
Budova	190 000 €	20	791,7 €	9 500,0 €
Kávovar	350 €	3	9,7 €	116,7 €
Chladiaca vitrína	280 €	3	7,8 €	93,3 €
Výrobník ľadu	150 €	3	4,2 €	50,0 €
Výčapné zariadenie	800 €	5	13,3 €	160,0 €
Registračná pokladnica a terminál	450 €	10	3,8 €	45,0 €
Nábytok	10 300 €	5	171,7 €	2 060,0 €
Chladnička s mraziakom	420 €	5	7,0 €	84,0 €
Umývačka riadu	800 €	5	13,3 €	160,0 €
Pracovné stoly	1 050 €	10	8,8 €	105,0 €
Jedálenské súpravy	1 020 €	3	28,3 €	340,0 €
Účtovnícky program	525 €	3	14,6 €	175,0 €
Celkom	206 145 €	-	1 074,1 €	12 889,0 €

3.2.3 Otváracia súvaha

Ku dňu vzniku spoločnosti je potrebné, aby účtovná jednotka mohla začať viesť účtovníctvo, zostaviť otváraciu súvahu.

Tabuľka č. 15: Otváracia súvaha v eurách k 01. 07. 2020

(Zdroj: Vlastné spracovanie)

AKTÍVA			PASÍVA		
A.	Pohl'. za upísané vl. imanie	0	A.	Vlastné imanie	125 000
B.	Dlhodobý majetok	231 100	A.I.	Základné imanie	125 000
B.I.	Dlhodobý nehmotný majetok	525			
B.II.	Dlhodobý hmotný majetok	230 575			
C.	Obežný majetok	18 301	B.	Cudzie zdroje	125 000
C.I.	Zásoby	1 100	B.III.	Bankové úvery a výpomoci	125 000
C.IV.	Peňažné prostriedky	17 201			
D.	Časové rozlíšenie	599	C.	Časové rozlíšenie	0
AKTÍVA SPOLU		250 000	PASÍVA SPOLU		250 000

3.2.4 Plánované tržby

Najväčšiu časť tržieb budú predstavovať tržby z uskutočňovania spoločenských akcií. Celkové plánované tržby sa budú skladať z tržieb z týchto akcií, ktoré budú doplnené o tržby z bežnej činnosti spoločnosti, teda tržieb počas otváracích hodín spoločnosti. Oficiálne zahájenie podnikania sa plánuje na 1. júl 2020. V júli sa začínajú letné prázdniny, kedy by prevádzka mala fungovať podľa nasledujúceho plánu. Z dôvodu zahájenia činnosti a predpokladaného menšieho počiatočného záujmu o naše služby, celý júlový mesiac budeme mať otváracie hodiny len od piatku do nedele. Podľa záujmu, by sme v mesiaci august upravili otváracie hodiny, otvorené by bolo viackrát do týždňa prípadne celý týždeň. Budeme sa snažiť zvoliť vhodnú marketingovú propagáciu, aby sa čo najširšie okolie ľudí dozvedelo o poskytovaní našich služieb. Do konca roka 2020 sa budeme orientovať na rôzne akcie, ktorých cieľom bude prilákanie čo najväčšieho množstva budúcich potenciálnych zákazníkov. Tieto akcie budú sprevádzané rôznymi zľavami, súbazami, preto v roku 2020 nepredpokladáme vysoké tržby, tento rok bude zameraný na propagáciu a získanie zákazníkov. Všetky plánované tržby v nasledujúcich rokoch sú uvedené v troch verziách, optimistickej, realistickej a pesimistickej.

Tabuľka č. 16: Plánované tržby – optimistická verzia
(Zdroj: Vlastné spracovanie)

Výpočet plánovaných tržieb - optimistická verzia	Rok				
	2020	2021	2022	2023	2024
Počet spoločenských akcií	14	35	39	40	41
Priemerný počet osôb na akciu	80	90	99	101	103
Priemerná cena akcie na osobu	26	27	28	29	29
Odhadovaný počet zákazníkov	3 600	7 500	7 500	7 650	7 803
Priemerná útrata na osobu	6	6	7	7	7
Tržby celkom v eurách	50 720	130 050	160 608	170 710	177 088

Tabuľka č. 17: Plánované tržby – realistická verzia
(Zdroj: Vlastné spracovanie)

Výpočet plánovaných tržieb - realistická verzia	Rok				
	2020	2021	2022	2023	2024
Počet spoločenských akcií	12	32	35	36	37
Priemerný počet osôb na akciu	75	80	88	90	92
Priemerná cena akcie na osobu	25	26	27	28	28
Odhadovaný počet zákazníkov	2 160	7 000	7 000	7 140	7 283
Priemerná útrata na osobu	5	5	6	6	6
Tržby celkom v eurách	33 300	101 560	125 160	133 560	139 010

Tabuľka č. 18: Plánované tržby – pesimistická verzia
(Zdroj: Vlastné spracovanie)

Výpočet plánovaných tržieb - pesimistická verzia	Rok				
	2020	2021	2022	2023	2024
Počet spoločenských akcií	10	30	32	33	34
Priemerný počet osôb na akciu	70	75	83	85	87
Priemerná cena akcie na osobu	24	25	26	26	26
Odhadovaný počet zákazníkov	1 080	6 500	6 500	6 630	6 763
Priemerná útrata na osobu	4	4	5	5	5
Tržby celkom v eurách	21 120	82 250	101 556	106 080	110 723

Vo vyššie uvedených tabuľkách možno vidieť prehľadné zobrazenie plánovaných tržieb v eurách, v jednotlivých verziách na prvých 5 rokov podnikania. Optimistická verzia poukazuje na situáciu, že by sa našej prevádzke darilo viac než priaznivo. Najreálnejšie

predpokladané tržby sú zobrazené v tabuľke č. 17, realistická verzia. Pesimistická verzia vyjadruje, že by sa naša spoločnosť v konkurencii strácala a nebol by o naše služby dostatočný záujem. Zahájenie činnosti plánujeme v 7. mesiaci roku 2020, tržby uvedené v tabuľke za tento rok sú vyčíslené za pol roka. Plánované tržby v roku 2021 – 2024 vyjadrujú tržby za celý rok. V týchto rokoch by sa tržby vďaka rozšíreniu povedomia o našej spoločnosti mali zvyšovať, počítame s tým, že sa budú objavovať prvý záujemcovia o stužkové slávnosti, ktoré sa zväčša plánujú 3 - 4 roky dopredu. V roku 2022 predpokladáme zvýšenie nárastu počtu uskutočnených akcií a priemerného počtu osôb na akciu o 10 % a so zvýšením priemernej ceny na akciu približne o 5 % oproti roku 2021. Z dôvodu uskutočnenia väčšieho počtu spoločenských akcií, nepočítame v tomto roku so zvýšením návštevnosti, pretože prevádzka bude musieť byť v dňoch uskutočnenia akcie zatvorená, prípadne budú musieť byť upravené otváracie hodiny, no počítame s tým, že naši zákazníci v tomto roku priemerne utratia o 20 % viac na osobu ako v predchádzajúcich rokoch. V rokoch 2023 a 2024 predpokladáme so zvýšením oproti minulému roku o 2 % v prípade počtu spoločenských akcií, počtu osôb a odhadovaného počtu zákazníkov. U priemernej ceny akcie na osobu počítame v optimistickej a realistickej verzii v roku 2023 s 2 % nárastom oproti minulému roku, u pesimistickej verzii pokladáme túto cenu od roku 2022 za stálu a priemernú útratu na osobu pokladáme od roku 2022 vo všetkých troch verziách za stabilnú. Tieto údaje sú predpokladané a budú prispôbované ponuke na trhu a vývoju cien.

3.2.5 Plánovaný výsledok hospodárenia

Výsledok hospodárenia zachytáva rozdiel medzi výnosmi a nákladmi, ktoré vznikli účtovnej jednotke počas účtovného roka. Kladný rozdiel predstavuje zisk spoločnosti, naopak záporný rozdiel poukazuje na stratu. Vzhľadom na to, že sme začínajúca spoločnosť a začiatok podnikania je spojený s vysokými počiatočnými nákladmi, na ktorých dofinancovanie budeme musieť využiť finančné prostriedky banky, ako možno vidieť v nasledujúcich tabuľkách, naša spoločnosť bude prvé roky podnikania prevažne v strate. V prípade priaznivých okolností, ktoré by znamenali schválenie dotácie, poskytnutie nevratných finančných prostriedkov na podnikanie by naša spoločnosť dosahovala už od prvého roku v optimistickej verzii zisk. Výška dotácie je zohľadnená v optimistickej verzii, kde sú náklady znížené o finančné prostriedky poskytnuté bankou.

Tabuľka č. 19: Výsledok hospodárenia za rok 2020

(Zdroj: Vlastné spracovanie)

VH za rok 2020	Plánované tržby	Plánované náklady	Plánovaný VH
optimistická	50 720 €	41 806 €	8 914 €
realistická	33 300 €	41 224 €	-7 924 €
pesimistická	21 120 €	35 854 €	-14 734 €

Tabuľka č. 20: Výsledok hospodárenia za rok 2021

(Zdroj: Vlastné spracovanie)

VH za rok 2021	Plánované tržby	Plánované náklady	Plánovaný VH
optimistická	130 050 €	102 115 €	27 935 €
realistická	101 560 €	103 592 €	-2 032 €
pesimistická	82 250 €	95 204 €	-12 954 €

Tabuľka č. 21: Výsledok hospodárenia za rok 2022

(Zdroj: Vlastné spracovanie)

VH za rok 2022	Plánované tržby	Plánované náklady	Plánovaný VH
optimistická	160 608 €	115 555 €	45 053 €
realistická	125 160 €	114 236 €	10 924 €
pesimistická	101 556 €	104 096 €	-2 540 €

V roku 2022 sa u realistickej verzií prvýkrát vyskytuje zisk, v prípade pesimistickej verzií pretrváva strata, ktorá sa postupne znižuje.

Tabuľka č. 22: Výsledok hospodárenia za rok 2023

(Zdroj: Vlastné spracovanie)

VH za rok 2023	Plánované tržby	Plánované náklady	Plánovaný VH
optimistická	170 710 €	119 056 €	51 654 €
realistická	133 560 €	117 416 €	16 144 €
pesimistická	106 080 €	107 010 €	-930 €

Tabuľka č. 23: Výsledok hospodárenia za rok 2024

(Zdroj: Vlastné spracovanie)

VH za rok 2024	Plánované tržby	Plánované náklady	Plánovaný VH
optimistická	177 088 €	123 388 €	53 700 €
realistická	139 010 €	121 368 €	17 642 €
pesimistická	110 723 €	111 163 €	-440 €

V rokoch 2023 a 2024 dochádza k zvýšeniu zisku v prípade optimistickej a realistickej verzií. Obidva roky sú stratové v pesimistickej verzií, výška straty v roku 2023 je

vo výške 440 € a je možné tvrdiť, že s veľkou pravdepodobnosťou od roku 2025 táto spoločnosť bude dosahovať zisky vo všetkých troch verziách.

Pri výpočte VH boli plánované náklady vyčíslené ako súčet fixných mesačných nákladov a nákladov na tovar a catering uvedených v tabuľke č. 24.

Tabuľka č. 24: Ročné náklady na tovar a catering

(Zdroj: Vlastné spracovanie)

Verzia	Náklady na tovar a catering				
	Rok 2020	Rok 2021	Rok 2022	Rok 2023	Rok 2024
Optimistická	23 970 €	60 804 €	74 004 €	76 839 €	79 731 €
Realistická	16 356 €	48 216 €	58 620 €	61 134 €	63 646 €
Pesimistická	10 986 €	39 828 €	48 480 €	50 728 €	53 441 €

3.2.6 Plánované príjmy a výdaje

Výsledok hospodárenia zachycuje rozdiel medzi výnosmi a nákladmi. Nie každý výnos a náklad musí byť aj skutočným príjmom alebo výdajom. Pre podrobnejšie zobrazenie jednotlivých príjmov a výdajov sa využíva výkaz cash flow. Pri zostavovaní výkazu cash flow je možné využiť priamu alebo nepriamu metódu. K zobrazeniu peňažných tokov v jednotlivých rokoch spoločnosti Hill stone s.r.o. je využitá priama metóda.

Tabuľka č. 24: Cash flow - rok 2020

(Zdroj: Vlastné spracovanie)

Cash flow - rok 2020	Verzia		
	Optimistická	Realistická	Pesimistická
Počiatočný stav peňažných prostriedkov	17 201 €	17 201 €	17 201 €
Plánované tržby	50 720 €	33 300 €	21 120 €
Catering	14 970 €	12 036 €	9 366 €
Plánované nákupy	9 000 €	4 320 €	1 620 €
Energie	2 400 €	2 400 €	2 400 €
Výplata miezd	8 100 €	8 100 €	8 100 €
Poistenie	261 €	261 €	261 €
Paušál a internet	150 €	150 €	150 €
Splátka úveru	-	7 033 €	7 033 €
Daň z príjmu	1 872 €	-	-
Konečný stav peňažných prostriedkov	31 168 €	16 201 €	9 391 €

Tabuľka č. 24 zobrazuje prehľad peňažných tokov prvého roku podnikania. V optimistickej verzii nie sú finančné prostriedky ponížené o splátky pôžičky ako aj u plánovaného VH, kde v tejto verzii už v prvom roku podnikania bol vyčíslený zisk, z ktorého je potreba odvieť daň z príjmu, ktorá v SR u právnických osôb je vo výške 21 %. Aj keď v prípade realistickej a pesimistickej verzii je VH v prvom roku záporný, z tabuľky možno vidieť, že spoločnosť Hill stone, s.r.o. by nemala byť platobne neschopná.

Tabuľka č. 25: Cash flow - rok 2021
(Zdroj: Vlastné spracovanie)

Cash flow - rok 2021	Verzia		
	Optimistická	Realistická	Pesimistická
Počiatočný stav peňažných prostriedkov	31 168 €	16 201 €	9 391 €
Plánované tržby	130 050 €	101 560 €	82 250 €
Catering	42 060 €	34 212 €	30 084 €
Plánované nákupy	18 744 €	14 004 €	9 744 €
Energie	5 040 €	5 040 €	5 040 €
Výplata miezd	21 600 €	21 600 €	21 600 €
Poistenie	522 €	522 €	522 €
Paušál a internet	300 €	300 €	300 €
Splátka úveru	-	14 066 €	14 066 €
Daň z príjmov	5 867 €	-	-
Konečný stav peňažných prostriedkov	67 085 €	28 017 €	10 285 €

Tabuľka č. 26: Cash flow - rok 2022
(Zdroj: Vlastné spracovanie)

Cash flow - rok 2022	Verzia		
	Optimistická	Realistická	Pesimistická
Počiatočný stav peňažných prostriedkov	67 085 €	28 017 €	10 285 €
Plánované tržby	160 608 €	125 160 €	101 556 €
Catering	51 504 €	41 124 €	35 484 €
Plánované nákupy	22 500 €	17 496 €	12 996 €
Energie	5 280 €	5 280 €	5 280 €
Výplata miezd	21 600 €	21 600 €	21 600 €
Poistenie	522 €	522 €	522 €
Paušál a internet	300 €	300 €	300 €
Splátka úveru	-	14 066 €	14 066 €
Daň z príjmov	9 462 €	-	-
Konečný stav peňažných prostriedkov	116 525 €	52 789 €	21 593 €

Cash flow pre rok 2021 a 2022 vyjadruje priaznivý vývoj našej spoločnosti, peňažné prostriedky sa každým rokom zvyšujú. Rok 2022 bol zlomovým rokom v realistickej verzii, kedy došlo vo VH prvýkrát k zisku. Vo výkaze cash flow pre rok 2022 nie je počítané s odvodom dane z príjmov v prípade realistickej verzie aj napriek kladnému VH a to z dôvodu, že spoločnosť Hill stone, s.r.o. využije možnosť uplatniť si odpočet straty z predchádzajúcich dvoch rokov podnikania, kedy si podnikateľ podľa zákona o dani z príjmov môže ¼ straty predchádzajúcich rokov odpočítať 4 po sebe idúce zdaňovacie obdobia.

Tabuľka č. 27: Cash flow – rok 2023

(Zdroj: Vlastné spracovanie)

Cash flow - rok 2023	Verzia		
	Optimistická	Realistická	Pesimistická
Počiatočný stav peňažných prostriedkov	116 525 €	52 789 €	21 593 €
Plánované tržby	170 710 €	133 560 €	106 080 €
Catering	53 889 €	43 284 €	37 468 €
Plánované nákupy	22 950 €	17 850 €	13 260 €
Energie	5 520 €	5 520 €	5 520 €
Výplata miezd	22 800 €	22 800 €	22 800 €
Poistenie	522 €	522 €	522 €
Paušál a internet	300 €	300 €	300 €
Splátka úveru	-	14 066 €	14 066 €
Daň z príjmov	10 848 €	902 €	-
Konečný stav peňažných prostriedkov	170 406 €	81 105 €	33 737 €

Tabuľka č. 28: Cash flow - rok 2024

(Zdroj: Vlastné spracovanie)

Cash flow - rok 2024	Verzia		
	Optimistická	Realistická	Pesimistická
Počiatočný stav peňažných prostriedkov	170 406 €	81 105 €	33 737 €
Plánované tržby	177 088 €	139 010 €	110 803 €
Catering	56 322 €	45 439 €	39 915 €
Plánované nákupy	23 409 €	18 207 €	13 526 €
Energie	5 760 €	5 760 €	5 760 €
Výplata miezd	24 000 €	24 000 €	24 000 €
Poistenie	522 €	522 €	522 €
Paušál a internet	300 €	300 €	300 €
Splátka úveru	-	14 066 €	14 066 €
Daň z príjmov	11 277 €	1 216 €	-
Konečný stav peňažných prostriedkov	225 904 €	110 605 €	46 451 €

3.3 Analýza rizík

Každé podnikanie je spojené s množstvom rizík. Niektoré riziká patria do skupiny, ktoré môžeme ovplyvňovať (výber dodávateľov, získavanie zamestnancov) a iné do skupiny rizík, ktoré nemôžeme ovplyvniť napríklad daňové sadzby.

V rámci analýzy rizík boli v prehľadnej tabuľke identifikované najdôležitejšie riziká, ich významnosť určenou hodnotami 1 až 5 pričom:

- 1 – veľmi malé riziko (riziko neovplyvní plynulý chod prevádzky),
- 2 – malé riziko (riziko nebráni chodu prevádzky, ale môže mať negatívny účinok),
- 3 – stredné riziko (riziko by mohlo narušiť chod prevádzky),
- 4 – veľké riziko (riziko by mohlo veľmi ovplyvniť chod prevádzky),
- 5 – veľmi veľké riziko (riziko má na prevádzku nepriaznivý účinok).

Cieľom vypracovania prehľadu možných rizík je zistiť, aké faktory ovplyvňujú riziko daného projektu, do akej miery sú významné, dôležité a akými spôsobmi, opatreniami je možné dané riziko znížiť, prípadne ako sa im vyvarovať (Svobodová, 2017, s.148).

Tabuľka č. 29: Analýza rizík
(Zdroj: Vlastné spracovanie)

Prehľad možných rizík		
Riziko	Významnosť	Preventívne opatrenia, možnosti
Makrookolie		
Zmeny v legislatíve	3	Kontrola, pravidelné sledovanie zmien
Zmeny cien vstupov	3	Tvorenie finančnej rezervy, úprava cien
Prírodné katastrofy	2	Poistenie
Konkurencia		
Hrozba existujúcej konkurencie	3	Odlišnosť, priebežné sledovanie najväčších konkurentov
Vstup novej konkurencie	3	Zaistenie stálej klientely, sledovanie okolia
Podnikateľský plán, organizácia		
Zle zostavený podnikateľský plán	4	Tvorba finančnej rezervy
Absencia spoločníkov	5	Zabezpečenie náhradníkov k vykonávaniu práce (rodina, priatelia, blízky)

Zákazníci		
Nespokojnosť zákazníkov s ponúkanými službami a produktmi	4	Prispôsobenie požiadavkám zákazníkov, vypracovanie novej ponuky
Nevhodná marketingová stratégia	4	Pomoc externých odborníkov
Nízky záujem zákazníkov o naše služby	5	Zvýšenie povedomia, uskutočnenie marketingových akcií
Dodávatelia		
Vysoké nároky dodávateľov v oblasti dodávky jedla	3	Možnosť vybudovania vlastnej kuchyne
Oneskorenie, kvalita dodávateľa	3	Väčšie množstvo dodávateľov, zmluvné vzťahy

3.4 Vyhodnotenie projektu

Projekt bol zameraný na zhodnotenie podnikateľskej príležitosti a efektívnosti investovania do založenia konkrétnej spoločnosti Hill stone, s.r.o.

K zhodnoteniu efektívnosti investovania do danej podnikateľskej príležitosti, na základe vyčísleného finančného plánu boli k výpočtom využité vybrané ukazovatele, ktoré sú podrobnejšie popísané v teoretickej časti práce. Pre výpočet ČSH bola stanovená diskontná sadzba vo výške 2 %, pomocou výpočtu (WACC), priemerných nákladov kapitálu kde:

$r_d = 2,39\%$, náklady na cudzí kapitál

$r_f = 1,021\%$, bezriziková úroková miera (Výnos 10 ročného štátneho dlhopisu SR, 2019),

β koeficient = 1,26, tržné riziko (Damodaran, 2019),

$r_m = 0,15\%$, očakávaná výnosnosť trhu (Dow Jones Industrial Average, 2019).

V tabuľke č. 30 sú uvedené príjmy z investície v rokoch 2020 – 2024, ktoré sú potrebné k jednotlivým výpočtom.

Tabuľka č. 30: Príjmy z investície v rokoch 2020 - 2024
(Zdroj: Vlastné spracovanie)

Verzia	Rok				
	2020	2021	2022	2023	2024
Optimistická	13 967 €	35 917 €	49 440 €	53 881 €	55 498 €
Realistická	-1 000 €	11 816 €	24 772 €	28 316 €	29 500 €
Pesimistická	-7 810 €	894 €	11 308 €	12 144 €	12 714 €

Do podnikania bolo celkom vložených 250 000 €, z toho 232 799 € tvorili počiatočné náklady a zvyšných 17 201 € bolo vložených na bankový účet a do pokladnice spoločnosti. Táto hodnota predstavuje počiatočný stav peňažných prostriedkov k začiatku podnikania v roku 2020.

V prípade optimistickej verzie (poskytnutie dotácie na podnikanie, spoluúčasť na financovaní) bola suma počiatočných nákladov vo výške 50 799 € a zvyšných 17 201 € bolo ako aj u ostatných verzií vložených na bankový účet a do pokladnice.

K výpočtom boli využité nasledujúce vzorce:

$$\check{C}SH = \sum_{t=1}^N \frac{CF_t}{(1+i)^t} = \sum_{t=1}^N \frac{P_t}{(1+i)^t} - KV$$

$$VVP = i_n + \frac{\check{C}SH_n}{\check{C}SH_n - \check{C}SH_v} \times (i_v - i_n)$$

$$KV = \sum_{t=1}^{DN} \frac{P_t}{(1+i)^t}$$

Tabuľka č. 31: Výpočet ČSH a VVP

(Zdroj: Vlastné spracovanie)

Verzia	ČSH	VVP
Optimistická	124 848 €	40,449 %
Realistická	-35 328 €	-
Pesimistická	-167 909 €	-

V tabuľke č. 31 je zobrazená hodnota ČSH a VVP, kde k výpočtu v prípade optimistickej verzie bolo počítané s dobou investičného projektu 5 rokov, u realistickej a pesimistickej verzie 10 rokov. Na základe výpočtov, som zistila, že konkrétny podnikateľský plán je realizovateľný v prípade optimistickej verzie, kde ČSH je kladná a VVP je 40,449 %, ktoré výrazne prekračuje priemerné náklady kapitálu a investované prostriedky sa navrátia koncom tretieho roka podnikania.

V prípade realistickej a pesimistickej verzie je ČSH záporná, počiatočné investície sú vysoké a podnikanie je spojené s väčším rizikom. Pomocou výpočtov bolo zistené, že tieto investície sa nenavrátia ani po desiatich rokoch podnikania. K výpočtom boli využité výpočty príjmov z investície prvých piatich rokoch podnikania a v ďalších rokoch sa počítalo s rovnakými príjmami z investície ako v piatom roku podnikania. U realistickej verzie sa môže odhadovať doba návratnosti investovaných finančných prostriedkov na prelome 11 – 12 roku podnikania, záleží to aj od vývoja ekonomickej a sociálnej politiky štátu, od vhodne zvolenej marketingovej stratégie a hlavne od počtu predpokladaných zákazníkov, či bol stanovený počet zákazníkov dostatočný. V prípade pesimistickej verzie sa do podnikania investovať neoplatí. Z daných výpočtov možno zhodnotiť, že podnikateľský nápad by bolo efektívne zrealizovať len v prípade poskytnutia nenávratných finančných prostriedkov na podnikanie. V prípade, že by sme chceli dlhodobejšie investovať do niečoho, čo by nám mohlo v budúcnosti priniesť zisk aj keď musíme počítať s pomerne vysokým rizikom, môže byť tento plán realizovateľný aj v realistickej verzii.

ZÁVER

Podnikateľský zámer je písanou formou podnikateľského plánu. Problematika konkrétneho podnikateľského zámeru je náročná na vypracovanie, spracovanie údajov, predbežných výpočtov, analýz a rizík. Predpokladá dôkladné naštudovanie odbornej literatúry, zákonov a noriem, ktoré sú potrebné pre vypracovanie. Nestačí mať len dobrý nápad, odvahu a chuť.

V teoretickej časti sú uvedené teoretické východiská, z ktorých som vychádzala pri vypracovaní podnikateľského zámeru. Praktická časť obsahuje vypracovaný podnikateľský plán, podrobnú analýzu prostredia, navrhnutú marketingovú stratégiu, prieskum trhu, finančný plán, hrozby a riziká podnikania. Finančný plán je vypracovaný na prvých päť rokov podnikania v troch verziách: optimistická, realistická a pesimistická. Optimistická verzia zobrazuje skutočnosť, za podmienok, že by sa spoločnosti veľmi darilo a získala by na podnikanie príspevok formou dotácie. Najreálnejšiu verziu zastáva realistická verzia. Priebeh podnikania v prípade nepriaznivých podmienok a malom záujme o dané produkty a služby spoločnosti opisuje pesimistická verzia.

Naším hlavným cieľom vybudovania spoločenského objektu situovaného v Manínskej tiesňave je využiť úzke miesto na trhu, kde oblasť Považskej Bystrice disponuje nedostatkom možností spoločenského vyžitia a taktiež obohatiť Manínsku tiesňavu o nový, zaujímavý objekt, ktorý budú môcť využívať návštevníci tejto lokality a vychutnať si rôzne špeciality našej spoločnosti v príjemnom prostredí. Našou konkurenčnou výhodou bude dizajn spoločenského objektu, ktorý bude predstavovať veľký spoločenský priestor, moderného typu z prírodných materiálov. K našim budúcim zákazníkom budeme pristupovať individuálne a budeme sa snažiť splniť všetky ich návrhy a požiadavky.

Na základe vypracovaného finančného plánu boli zistené počiatočné náklady, ktoré sú vo výške 250 000 €. V prípade optimistickej verzie sú tieto náklady ponížené o poskytnuté nenávratné finančné prostriedky získané prostredníctvom dotácie (180 000 €). Pre zhodnotenie efektívnosti investovania finančných prostriedkov do konkrétneho podnikateľského nápadu boli využité dynamické ukazovatele, ktorými bola vypočítaná ČSH, VVP a doba návratnosti jednotlivých verzií. V prípade optimistickej

verzie ČSH = 124 848 € a VVP = 40,449 %. Doba návratnosti optimistickej verzie je predpokladaná koncom tretieho roku podnikania. U realistickej a pesimistickej verzie sú počiatočné náklady príliš vysoké a ČSH vyšla v oboch prípadoch záporná. V prípade realistickej verzie možno odhadovať dobu návratnosti na prelome 11 – 12 roku podnikania, čo predstavuje pomerne dlhú dobu spojenú s veľkým rizikom. V prípade pesimistickej verzie sa do daného podnikateľského plánu investovať neoplatí.

Pri vypracovaní tejto práce som zistila, že mladí začínajúci podnikatelia musia vyvinúť množstvo úsilia k začatiu podnikania, ktoré je komplikované a náročné. Na začiatok podnikania je potrebné mať predstavu o tom, v čom chcem podnikat', ako to chcem dosiahnuť, teda stanoviť si nejaký cieľ, vedieť, čo všetko vyžadujú počiatočné náklady, čo mi na začiatok postačí, teda s čím sa uspokojím, na to aby som mohla začať podnikat', pretože počiatočné investície sú vysoké. Veľkú pozornosť je potrebné venovať budúcim zákazníkom, zvoliť vhodnú marketingovú stratégiu, aby sme svojimi počiatočnými službami oslovili zákazníkov, tak aby boli s ponúkanými službami spokojní a využívali naše služby aj v budúcnosti. Zistila som, že ak začínajúci podnikateľ nemá dostatočné množstvo vlastných finančných prostriedkov je ťažké získať napr. na podnikanie úver z banky, a že musí vyriešiť mnoho legislatívnych predpisov, noriem a zákonov.

Vypracovať podnikateľský zámer s predpokladanými nákladmi, výnosmi, analýzami, hrozbami a rizikami podnikania mi prinieslo skutočný obraz o budúcom podnikaní.

ZDROJE

Knižné zdroje

BELÁS, Jaroslav, Eva IVANOVÁ, Monika SOBEKOVÁ-MAJKOVÁ a Mariana STRENITZEROVÁ, 2014. *Ekonomika a management podniku*. Žilina: Georg. ISBN 978-80-8154-088-2.

FORET, Miroslav, 2001. *Marketing-základy a postupy*. Praha: Computer Press. Business books (Computer Press). ISBN 80-7226-558-x.

FORET, Miroslav, Petr PROCHÁZKA a Tomáš URBÁNEK, 2003. *Marketing: základy a principy*. Brno: Computer Press. ISBN 80-722-6888-0.

FOTR, Jiří a Ivan SOUČEK, 2005. *Podnikatelský záměr a investiční rozhodování*. Praha: Grada. ISBN 80-247-0939-2.

JAKUBÍKOVÁ, Dagmar, 2013. *Strategický marketing: strategie a trendy*. 2., rozš. vyd. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-4670-8.

KALOUDA, František, 2011. *Finanční řízení podniku*. 2., rozš. vyd. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk. ISBN 978-80-7380-315-5.

KINCL, Jan, 2004. *Marketing podle trhů*. Praha: Alfa Publishing. Management studium. ISBN 80-86851-02-8.

KNÁPKOVÁ, Adriana a Drahomíra PAVELKOVÁ, 2010. *Finanční analýza: komplexní průvodce s příklady*. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-3349-4.

KORÁB, Vojtěch, Mária REŽŇÁKOVÁ a Jiří PETERKA, c2007. *Podnikatelský plán*. Brno: Computer Press. ISBN 978-80-251-1605-0.

KOTLER, Philip a Kevin Lane KELLER, 2013. *Marketing management*. [4. vyd.]. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-4150-5.

KOZEL, Roman, Lenka MYNÁŘOVÁ a Hana SVOBODOVÁ, 2011. *Moderní metody a techniky marketingového výzkumu*. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-3527-6.

MAJDÚCHOVÁ, Helena a Anna NEUMANNOVÁ, 2014. *Podnik a podnikanie*. Druhé prepracované a doplnené vydanie. Bratislava: Sprint 2. ISBN 978-80-89710-04-1.

PAPULA, Jozef, 2015. *Podnikanie a podnikateľské myslenie*. Praha: Wolters Kluwer. ISBN 978-80-7478-950-2.

SRPOVÁ, Jitka a Václav ŘEHOŘ, 2010. *Základy podnikání: teoretické poznatky, příklady a zkušenosti českých podnikatelů*. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-3339-5.

SVOBODOVÁ, Ivana a Michal ANDERA, 2017. *Od nápadu k podnikatelskému plánu: jak hledat a rozvíjet podnikatelské příležitosti*. Praha: Grada. ISBN 978-80-271-0407-9.

ZAMAZALOVÁ, Marcela, 2009. *Marketing obchodní firmy*. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-2049-4.

Internetové zdroje

FURIK, Andrej a TASR, ©2003-2018. Hospodárska prognóza EÚ: Slovensko na prvých priečkach rastu - euractiv.sk. *Euractiv.sk -Európska únia v slovenskom kontexte* [online]. Bratislava: I – Europa [cit. 2019-02-01]. Dostupné z: <https://euractiv.sk/section/ekonomika-a-euro/news/hospodarska-prognoza-eu-slovensko-na-prvych-prieckach-rastu/>

KOLLÁROVÁ, Zuzana, ©2016. Podnikatelia nestíhajú sledovať legislatívnu smršť. Majú vlastné návrhy, čo s tým|Podnikanie|TREND.sk. *TREND.sk - expert na ekonomiku a financie* [online]. Bratislava: News and Media Holding [cit. 2019-02-01]. Dostupné z: <https://www.etrend.sk/podnikanie/podnikatelia-nestihaju-sledovat-legislativnu-smrst-maju-vlastne-navrh-y-co-s-tym.html>

REDAKCIA PODNIKAJTE.SK, ©2005-2018. Právne formy podnikania. *Podnikajte.sk - portál o podnikaní* [online]. Považská Bystrica: Podnikajte.sk, 06. 01. 2010, 06.01.2010 [cit. 2018-12-03]. Dostupné z: <https://www.podnikajte.sk/start-podnikania/c/42/category/pravne-formy/article/prave-formy-podnikania.xhtml>

REDAKCIA PODNIKAJTE.SK, ©2005-2018. Charakteristika verejnej obchodnej spoločnosti - podnikajte.sk. *Podnikajte.sk - portál o podnikaní* [online]. Považská

Bystrica: Podnikajte.sk, 06. 01. 2010 [cit. 2018-12-05]. Dostupné z: <https://www.podnikajte.sk/start-podnikania/c/45/category/ine-obchodne-spolocnosti-a-druzstvo/article/charakteristika-vos.xhtml>

455/1991 Zb. Živnostenský zákon|Aktuálne znenie, ©2010-2018. *Zbierka zákonov, právne predpisy, oblasti práva, register častok* [online]. Žilina: S-EPI [cit. 2018-12-05]. Dostupné z: <http://www.zakonypreludi.sk/zz/1991-455>

SWOT analýza - Sun Marketing, ©2011-2017. *PPC reklama, tvorba webů,, sociální síť - Sun Marketing* [online]. Praha: Sun Marketing [cit. 2018-12-05]. Dostupné z: <https://www.sunmarketing.cz/nastroje/navody-pro-klienty/swot-analyza>

SITA, 2019. Priemerná inflácia v roku 2018 bola 2,5-percentá- Ekonomika - Správy - Pravda.sk. *Pravda.sk* [online]. Bratislava: PEREX, 15.01. 2019 [cit. 2019-02-01]. Dostupné z: <https://spravy.pravda.sk/ekonomika/clanok/498519-priemerna-inflacia-v-roku-2018-bola-2-5-percentna/>

ÚPSVaR > Nezamestnanosť - mesačné štatistiky, ©2018. *ÚPSVaR* [online]. Bratislava: redakčný systém BUXUS CMS [cit. 2018-11-25]. Dostupné z: https://www.upsvr.gov.sk/statistiky/nezamestnanost-mesacne-statistiky.html?page_id=1254

ZOZNAM POUŽITÝCH SKRATIEK

apod. - a podobne

a.s. – akciová spoločnosť

ČSH – čistá súčasná hodnota

EÚ – Európska únia

FO – fyzická osoba

HDP – hrubý domáci produkt

k.s. – komanditná spoločnosť

napr. – napríklad

OR – obchodný register

PO – právnická osoba

SR – Slovenská republika

s.r.o. – spoločnosť s ručením obmedzeným

ŠÚSR – Štatistický úrad Slovenskej republiky

tzv. – takzvané

VH – výsledok hospodárenia

VVP – vnútorné výnosové percento

ZI – základné imanie

ZOZNAM GRAFOV

Graf 1: Vývoj počtu obyvateľstva okresu Považská Bystrica v rokoch 2013-2017.....	39
Graf 2: Vývoj priemernej nominálnej mesačnej mzdy v okrese Považská Bystrica v rokoch 2013-2015	41
Graf 3: Miera nezamestnanosti v SR	44
Graf 4: Ročná miera inflácie SR.....	45
Graf 5: Otázka 1 – dotazníkový prieskum	49
Graf 6: Otázka 2 – dotazníkový prieskum	49
Graf 7: Otázka 3 – dotazníkový prieskum	50
Graf 8: Otázka 4 – dotazníkový prieskum	51

ZOZNAM OBRÁZKOV

Obrázok č. 1: Porterov model piatich síl	24
Obrázok č. 2: SWOT analýza	27
Obrázok č. 3: Marketingový mix	28
Obrázok č. 4: Logo spoločnosti	35

ZOZNAM TABULIEK

Tabuľka č. 1: Členenie obchodných spoločností	19
Tabuľka č. 2: Súvaha v skrátenom rozsahu	31
Tabuľka č. 3: Účtovné výkazy	32
Tabuľka č. 4: Vekový rozbor obyvateľstva	40
Tabuľka č. 5: Počet sobášov v Považskej Bystrici	42
Tabuľka č. 6: Medziročná zmena HDP v SR	43
Tabuľka č. 7: Miera nezamestnanosti v okrese Považská Bystrica	44
Tabuľka č. 8: SWOT analýza	51
Tabuľka č. 9: Náklady na založenie s.r.o.....	57
Tabuľka č. 10: Náklady na výstavbu a vybavenie spoločnosti.....	58
Tabuľka č. 11: Náklady na nákup prvého tovaru.....	59
Tabuľka č. 12: Náklady na reklamu.....	59
Tabuľka č. 13: Mesačné náklady spoločnosti v rokoch 2020 - 2024	60
Tabuľka č. 14: Výpočet účtovných odpisov	60
Tabuľka č. 15: Otváracia súvaha v eurách k 01. 07. 2020.....	61
Tabuľka č. 16: Plánované tržby – optimistická verzia	62
Tabuľka č. 17: Plánované tržby – realistická verzia	62
Tabuľka č. 18: Plánované tržby – pesimistická verzia	62
Tabuľka č. 19: Výsledok hospodárenia za rok 2020	64
Tabuľka č. 20: Výsledok hospodárenia za rok 2021	64
Tabuľka č. 21: Výsledok hospodárenia za rok 2022	64
Tabuľka č. 22: Výsledok hospodárenia za rok 2023	64
Tabuľka č. 23: Výsledok hospodárenia za rok 2024	64
Tabuľka č. 24: Cash flow - rok 2020	65
Tabuľka č. 25: Cash flow - rok 2021	66
Tabuľka č. 26: Cash flow - rok 2022	66
Tabuľka č. 27: Cash flow – rok 2023	67
Tabuľka č. 28: Cash flow - rok 2024.....	67
Tabuľka č. 29: Analýza rizík	68
Tabuľka č. 30: Príjmy z investície v rokoch 2020 - 2024.....	69
Tabuľka č. 31: Výpočet ČSH a VVP	70

ZOZNAM ROVNÍC

Rovnica č. 1: Čistá súčasná hodnota.....	33
Rovnica č. 2: Čistá súčasná hodnota rovná nule.....	34
Rovnica č. 3: Vnútorne výnosové percento	34
Rovnica č. 4: Doba návratnosti.....	34

ZOZNAM PRÍLOH

Príloha č. 1: Splátkový kalendár

(Zdroj: Vlastné spracovanie)

Úver	125 000 €
Dĺžka úveru (roky)	10
Úrok (za rok)	2,39 %
Mesačná splátka	1 172,1 €
Dátum úveru	01.07.2020

Rok	Mesiac	Splátka úrokov	Splatená istina	Istina
2020	7	249,0 €	923,2 €	124 076,8 €
2020	8	247,1 €	925,0 €	123 151,8 €
2020	9	245,3 €	926,9 €	122 225,0 €
2020	10	243,4 €	928,7 €	121 296,3 €
2020	11	241,6 €	930,5 €	120 365,7 €
2020	12	239,7 €	932,4 €	119 433,3 €
Rok	Mesiac	Splátka úrokov	Splatená istina	Istina
2021	1	237,9 €	934,3 €	118 499,0 €
2021	2	236,0 €	936,1 €	117 562,9 €
2021	3	234,1 €	938,0 €	116 624,9 €
2021	4	232,3 €	939,9 €	115 685,1 €
2021	5	230,4 €	941,7 €	114 743,4 €
2021	6	228,5 €	943,6 €	113 799,8 €
2021	7	226,7 €	945,5 €	112 854,3 €
2021	8	224,8 €	947,4 €	111 906,9 €
2021	9	222,9 €	949,3 €	110 957,7 €
2021	10	221,0 €	951,1 €	110 006,5 €
2021	11	219,1 €	953,0 €	109 053,5 €
2021	12	217,2 €	954,9 €	108 098,6 €
Rok	Mesiac	Splátka úrokov	Splatená istina	Istina
2022	1	215,3 €	956,8 €	107 141,7 €
2022	2	213,4 €	958,7 €	106 183,0 €
2022	3	211,5 €	960,7 €	105 222,3 €
2022	4	209,6 €	962,6 €	104 259,8 €
2022	5	207,7 €	964,5 €	103 295,3 €
2022	6	205,7 €	966,4 €	102 328,9 €
2022	7	203,8 €	968,3 €	101 360,6 €
2022	8	201,9 €	970,3 €	100 390,3 €
2022	9	199,9 €	972,2 €	99 418,1 €
2022	10	198,0 €	974,1 €	98 444,0 €
2022	11	196,1 €	976,1 €	97 467,9 €
2022	12	194,1 €	978,0 €	96 489,9 €

Rok	Mesiac	Splátka úrokov	Splatená istina	Istina
2023	1	192,2 €	980,0 €	95 510,0 €
2023	2	190,2 €	981,9 €	94 528,1 €
2023	3	188,3 €	983,9 €	93 544,2 €
2023	4	186,3 €	985,8 €	92 558,4 €
2023	5	184,3 €	987,8 €	91 570,6 €
2023	6	182,4 €	989,8 €	90 580,8 €
2023	7	180,4 €	991,7 €	89 589,1 €
2023	8	178,4 €	993,7 €	88 595,4 €
2023	9	176,5 €	995,7 €	87 599,7 €
2023	10	174,5 €	997,7 €	86 602,1 €
2023	11	172,5 €	999,6 €	85 602,4 €
2023	12	170,5 €	1 001,6 €	84 600,8 €
Rok	Mesiac	Splátka úrokov	Splatená istina	Istina
2024	1	168,5 €	1 003,6 €	83 597,1 €
2024	2	166,5 €	1 005,6 €	82 591,5 €
2024	3	164,5 €	1 007,6 €	81 583,9 €
2024	4	162,5 €	1 009,6 €	80 574,2 €
2024	5	160,5 €	1 011,7 €	79 562,6 €
2024	6	158,5 €	1 013,7 €	78 548,9 €
2024	7	156,4 €	1 015,7 €	77 533,2 €
2024	8	154,4 €	1 017,7 €	76 515,5 €
2024	9	152,4 €	1 019,7 €	75 495,8 €
2024	10	150,4 €	1 021,8 €	74 474,0 €
2024	11	148,3 €	1 023,8 €	73 450,2 €
2024	12	146,3 €	1 025,8 €	72 424,3 €
Rok	Mesiac	Splátka úrokov	Splatená istina	Istina
2025	1	144,2 €	1 027,9 €	71 396,5 €
2025	2	142,2 €	1 029,9 €	70 366,5 €
2025	3	140,1 €	1 032,0 €	69 334,5 €
2025	4	138,1 €	1 034,0 €	68 300,5 €
2025	5	136,0 €	1 036,1 €	67 264,4 €
2025	6	134,0 €	1 038,2 €	66 226,2 €
2025	7	131,9 €	1 040,2 €	65 186,0 €
2025	8	129,8 €	1 042,3 €	64 143,7 €
2025	9	127,8 €	1 044,4 €	63 099,3 €
2025	10	125,7 €	1 046,5 €	62 052,9 €
2025	11	123,6 €	1 048,5 €	61 004,3 €
2025	12	121,5 €	1 050,6 €	59 953,7 €

Rok	Mesiac	Splátka úrokov	Splatená istina	Istina
2026	1	119,4 €	1 052,7 €	58 901,0 €
2026	2	117,3 €	1 054,8 €	57 846,1 €
2026	3	115,2 €	1 056,9 €	56 789,2 €
2026	4	113,1 €	1 059,0 €	55 730,2 €
2026	5	111,0 €	1 061,1 €	54 669,1 €
2026	6	108,9 €	1 063,2 €	53 605,8 €
2026	7	106,8 €	1 065,4 €	52 540,4 €
2026	8	104,6 €	1 067,5 €	51 473,0 €
2026	9	102,5 €	1 069,6 €	50 403,3 €
2026	10	100,4 €	1 071,7 €	49 331,6 €
2026	11	98,3 €	1 073,9 €	48 257,7 €
2026	12	96,1 €	1 076,0 €	47 181,7 €
Rok	Mesiac	Splátka úrokov	Splatená istina	Istina
2027	1	94,0 €	1 078,2 €	46 103,5 €
2027	2	91,8 €	1 080,3 €	45 023,2 €
2027	3	89,7 €	1 082,5 €	43 940,8 €
2027	4	87,5 €	1 084,6 €	42 856,2 €
2027	5	85,4 €	1 086,8 €	41 769,4 €
2027	6	83,2 €	1 088,9 €	40 680,4 €
2027	7	81,0 €	1 091,1 €	39 589,3 €
2027	8	78,8 €	1 093,3 €	38 496,0 €
2027	9	76,7 €	1 095,5 €	37 400,6 €
2027	10	74,5 €	1 097,6 €	36 302,9 €
2027	11	72,3 €	1 099,8 €	35 203,1 €
2027	12	70,1 €	1 102,0 €	34 101,1 €
Rok	Mesiac	Splátka úrokov	Splatená istina	Istina
2028	1	67,9 €	1 104,2 €	32 996,9 €
2028	2	65,7 €	1 106,4 €	31 890,5 €
2028	3	63,5 €	1 108,6 €	30 781,9 €
2028	4	61,3 €	1 110,8 €	29 671,0 €
2028	5	59,1 €	1 113,0 €	28 558,0 €
2028	6	56,9 €	1 115,3 €	27 442,7 €
2028	7	54,7 €	1 117,5 €	26 325,3 €
2028	8	52,4 €	1 119,7 €	25 205,6 €
2028	9	50,2 €	1 121,9 €	24 083,6 €
2028	10	48,0 €	1 124,2 €	22 959,5 €
2028	11	45,7 €	1 126,4 €	21 833,1 €
2028	12	43,5 €	1 128,6 €	20 704,4 €

Rok	Mesiac	Splátka úrokov	Splatená istina	Istina
2029	1	41,2 €	1 130,9 €	19 573,5 €
2029	2	39,0 €	1 133,1 €	18 440,4 €
2029	3	36,7 €	1 135,4 €	17 305,0 €
2029	4	34,5 €	1 137,7 €	16 167,3 €
2029	5	32,2 €	1 139,9 €	15 027,4 €
2029	6	29,9 €	1 142,2 €	13 885,2 €
2029	7	27,7 €	1 144,5 €	12 740,7 €
2029	8	25,4 €	1 146,8 €	11 593,9 €
2029	9	23,1 €	1 149,0 €	10 444,9 €
2029	10	20,8 €	1 151,3 €	9 293,6 €
2029	11	18,5 €	1 153,6 €	8 139,9 €
2029	12	16,2 €	1 155,9 €	6 984,0 €
Rok	Mesiac	Splátka úrokov	Splatená istina	Istina
2030	1	13,9 €	1 158,2 €	5 825,8 €
2030	2	11,6 €	1 160,5 €	4 665,3 €
2030	3	9,3 €	1 162,8 €	3 502,4 €
2030	4	7,0 €	1 165,2 €	2 337,3 €
2030	5	4,7 €	1 167,5 €	1 169,8 €
2030	6	2,3 €	1 169,8 €	0,0 €